



Universidad de Sevilla

Departamento de Periodismo II

Programa internacional de doctorado

La regulación de los medios de comunicación en México

El modelo de comunicación política en la Reforma Electoral 2007
y su relación con la Calidad de la Democracia.

Doctoranda Claudia del Carmen Jiménez López

Dirigido por: Dra. Rosalba Mancinas Chávez

Sevilla, España

Edy y Erik,

Sustancia y esencia; mi cruz del norte y mi cruz del sur.
Origen, rumbo y destino.

Lupita y Rufo,

Amorosos padres. Por darme alas y enseñarme a volar.
Por su inquebrantable fe en mí.

Baldemar e Isabel,

Mirella, Andrea, Gustavo,

Paola e Iker.

Por su amor incondicional, que los hace esperar
pacientemente mi regreso a la gran casa.

Juanita, Mónica,

Ceci y Charito.

Por iluminar las noches oscuras del alma.

Paideia Tabasco, Instituto Humanista

Por el futuro que nos promete... Dignos y firmes...
Decoroso y abundante... Por ciudadanos del mundo en
una sociedad libre y universal.

AGRADECIMIENTOS

Amar lo que se puede llegar a ser, es igual de importante que amar a quienes te acompañaron para que llegaras a ser. A todos, mi agradecimiento por distinguirme con sus afectos; que son totalmente y absolutamente correspondidos. Agradecida con la vida por coincidir y compartir con todos y cada uno de ustedes, porque eso me permite hoy, ser la persona que aspiré a ser en esta investigación.

A los Doctores Ramón Reig García y Rosalba Mancinas Chávez, porque su generosidad y solidaridad, más allá de lo académico.

A los maestros y amigos: Irving Berlín Villafaña y Uuc-Kib Espadas Ancona, por su sobrada fe en mí. Manos siempre abiertas y tendidas para procurar.

A mis compañeros en esta búsqueda del crecimiento personal, Martha Elena Cuevas Gómez, por la fortaleza para mantenernos en este camino. Dobladas a veces como la ramita de nuestro Árbol Ilorón, pero quebradas jamás. Israel Méndez Ojeda, por sus acertados comentarios.

Al Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, a los integrantes de los Consejos Electorales y Juntas Estatales Ejecutivas de los años 2005 al 2015; a los miembros del Servicio Profesional Electoral, amigos copartícipes de aprendizaje en cada uno de los procesos electorales que hemos organizado desde el año 2006; así como a la fraternidad periodística, con la que compartí coberturas informativas, desde las elecciones del año 2000, y luego, como titular del Departamento de Comunicación Social, cuando goce de sus consideraciones.

Mención especial para los integrantes de la Junta Estatal Ejecutiva del periodo 2007-2010, por impulsar y sostener este proyecto hasta el límite de sus alcances en sus funciones y atribuciones: don Enrique Galland Marqués, Armando Xavier Maldonado Acosta, Elia Magdalena De la Cruz León y Rigoberto De la O Gallegos. Así como a la Presidencia de la Comisión de Radio y Televisión en los periodos 2006-2007; 2009-2013, a cargo de las Consejeras Estatales, Rossana Aranda Roche y Elidé Moreno Cáliz.

Y actualmente, a mis compañeros consejeros electorales, Maday Merino Damián, Idmara de la Candelaria Crespo Arévalo, Miguel Ángel Fonz Rodríguez, José Oscar Guzmán García y David Cuba Herrera por su acompañamiento solidario desde que asumimos esta responsabilidad pública de Estado; así como a los representantes de los partidos políticos acreditados ante el Consejo Estatal por sus contribuciones.

A Armando Antonio Rodríguez Córdoba, Landy Carolina Luna Morales, Julio César Fajardo Álvarez, María Victoria Domínguez Trujillo, José Antonio Morales Notario, Javier Landero Reyes, Gloria María Ascencio Calcáneo, que desde sus diversas especialidades han hecho de mí una mejor persona, y en consecuencia, una Consejera Estatal apegada a los principios rectores constitucionales en el ejercicio de mi función pública de Estado. Gracias equipo.

A los maestros y compañeros de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco por depositar en mí, la pasión por la comunicación; así como a los directores, jefes de redacción, jefes de información y reporteros que durante el trayecto de mi vida profesional la fomentaron, en particular, a quienes aceptaron a colaborar con esta investigación.

A los servidores públicos que me dieron la oportunidad de conocer la contraparte, al invitarme a colaborar en las oficinas de Comunicación Social de los Poderes Ejecutivo y Judicial del estado de Tabasco; eso enriqueció y complementó mi visión de la comunicación.

A las asociaciones civiles que me distinguen como su colaboradora en los programas de formación y capacitación; a los jóvenes y adultos que contribuyen a hacer de este mundo, un mundo mejor; y que con sus experiencias me recordaron como apreciar las cosas sencillas de la vida. A todos los que vieron y leyeron este trabajo, por concederme esa distinción.

INDICE

PARTE I. OBJETO DE ESTUDIO	11
1. INTRODUCCIÓN	13
2. HIPÓTESIS.....	15
3. OBJETIVO GENERAL	17
4. DELIMITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	19
5. METODOLOGÍA	23
FUNDAMENTO TEÓRICO.....	23
MÉTODOLÓGICA FORMAL	28
FUENTES DE INFORMACIÓN	29
TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	30
ESTRUCUTRA FORMAL DE LA INVESTIGACIÓN	34
DIFICULTADES ENCONTRADAS PARA LA INVESTIGACIÓN.....	35
PARTE II. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LA CALIDAD DE LA DEMOCRACIA EN LOS PROCESOS ELECTORALES EN MÉXICO	37
CAPÍTULO I. COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA	39
1. COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA: DESCRIPCIONES GENERALES	39
1.1. LA COMUNICACIÓN DE MASAS	42
1.1.1. La comunicación de masas en la Sociedad de la información	45
1.2. COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	47
1.2.1. Comunicación Política Electoral.....	50
1.3. LA REGULACIÓN DE MEDIOS COMO MODELO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	54
1.3.1. La Regulación de medios de comunicación como modelo de comunicación política electoral en América Latina	57
1.3.2. La Regulación de medios de comunicación como modelo de comunicación política electoral en México	61
1.3.3. La regulación de los medios de comunicación como modelo de comunicación política en Tabasco.....	65
1.4. DEMOCRACIA	66
1.4.1. Democracia en México	68
1.4.2. Calidad de la Democracia en México.....	70
CAPÍTULO II. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO: CONDICIONES PARA LA REFORMA 2007	75
2. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO: 2000-2006	75
2.1. LOS SUJETOS DEL PODER CENTRAL EN MÉXICO.....	77
2.1.1. El público mexicano y sus hábitos de consumo de información	78
2.1.2. La naturaleza y propósito de la televisión y la radio en México	80
2.1.3. Los dueños de la televisión y la radio	83
2.1.4. La televisión y la radio públicas	85

2.1.5. La visión de la comunicación y la información a partir de la Alternancia Pacífica en el Poder.....	88
2.1.6. La comunicación política en Tabasco: 2000-2006	94
2.2. LA COMUNICACIÓN POLÍTICO ELECTORAL EN MÉXICO: 2000-2006	107
2.2.1. La comunicación política electoral en Tabasco: 2000-2006	109
2.3. LA CAUSA ABSTRACTA DE NULIDAD	110
2.3.1. Caso Tabasco 2000	113
2.3.2. Caso Colima 2003	117
2.3.3. La elección presidencial 2006.....	120
2.3.4. Caso Tabasco 2006.....	128
2.4. LA DISCUSIÓN DE LA REFORMA ELECTORAL	135
2.4.1. La iniciativa de la Reforma.....	135
2.4.2. El rechazo de los medios de comunicación	138
2.4.3. El debate parlamentario	138

CAPÍTULO III. LA REFORMA ELECTORAL 2007 EN MÉXICO: EL MODELO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA..... 143

3. EL DECRETO PRESIDENCIAL.....	143
3.1. DEL RÉGIMEN DE PARTIDOS POLÍTICOS Y AGRUPACIONES NACIONALES	143
3.2. FINANCIAMIENTO Y FISCALIZACIÓN.....	145
3.3. IFE	146
3.4. PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	148
3.5. PROCESO ELECTORAL.....	148
3.6. RÉGIMEN SANCIONADOR ELECTORAL.....	151
3.7. RÉGIMEN DISCIPLINARIO DEL IFE	152
3.8. LA REGULACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	152
3.8.1. Las reglas para el acceso a la radio y la televisión	152
3.8.2. Las observaciones a las reglas para el acceso a la radio y la televisión	158
3.8.3. Reflexiones posteriores sobre la regulación de los medios de comunicación en procesos electorales en México.....	166

CAPÍTULO IV. LA REFORMA ELECTORAL 2007 EN TABASCO: ADOPCIÓN DEL MODELO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

4. EL DECRETO CONSTITUCIONAL Y LEGAL.....	175
4.1. DEL RÉGIMEN DE PARTIDOS POLÍTICOS.....	176
4.2. FINANCIAMIENTO Y FISCALIZACIÓN	176
4.3. IEPCT.....	182
4.4. CAMPAÑAS Y PRECAMPAÑAS	183
4.5. PROCESO ELECTORAL.....	184
4.6. EL RÉGIMEN SANCIONADOR ELECTORAL	186
4.7. RÉGIMEN DISCIPLINARIO.....	186
4.8. LA REGULACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA LEGISLACIÓN TABASQUEÑA	187
4.8.1. Las reglas para el acceso a la radio y la televisión	187
4.9 LA REFORMA ELECTORAL 2010 EN TABASCO	194
4.9.1. La regulación de los medios de comunicación en la Reforma Electoral 2010 en Tabasco.....	197
4.9.2. La reflexión 2013: El Acuerdo Político por Tabasco	203
4.10. LA REFORMA ELECTORAL EN MÉXICO 2014.....	204
4.10.1. La iniciativa y el proceso legislativo	205

4.10.2. Los temas de la Reforma Político-Electoral	208
4.10.3. Las adecuaciones al modelo de comunicación política	210
4.10.4. La reforma electoral 2014 en Tabasco: Continuidad al modelo de comunicación política	214
4.10.5. Contexto para la aplicación del modelo de comunicación política en Tabasco en el proceso electoral 2014-2015.....	216
CAPÍTULO V. LA JUDICIALIZACIÓN DE LOS PROCESOS ELECTORALES EN TABASCO: ¿NUEVAS REGLAS, VIEJAS PRÁCTICAS?	229
5.1. JUDICIALIZACIÓN DE LOS PROCESOS ELECTORALES: BASE NORMATIVA.....	229
5.1.1. Caso Bertruy 2009	230
5.1.2. Caso Mier y Terán 2012	243
5.1.3. Caso Priego Tapia 2012	258
5.1.4. Caso Cabrera Sandoval.....	273
5.2. SUFICIENCIAS E INSUFICIENCIAS DE LA REGULACIÓN DE MEDIOS: PRIMERAS REFLEXIONES	277
5.2.1. La suficiencia	277
5.2.2. La Insuficiencia	279
5.2.3. Reflexiones hacia la autorregulación y la correulación	280
PARTE III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	285
CAPÍTULO VI. EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA: ENTRE FUNCIONES Y DISFUNCIONES	287
6.1. ANÁLISIS DE LOS MENSAJES.....	287
6.1.1. Caso Bertruy	288
6.1.2. Caso Mier y Terán	306
6.1.3. Caso Priego Tapia	314
6.1.4. Caso Cabrera Sandoval.....	316
6.2. LA PROPAGANDA ELECTORAL.....	319
6.2.1. Fase de descomposición	319
6.2.2. La interpretación del lector estándar	327
6.2.3. Fase de Recomposición	329
6.3. LA CONDUCTA POLÍTICO-SOCIAL: LA EXPERIENCIA DE LOS ACTORES.....	330
6.3.1. La autoridad electoral: Consejeros presidentes y Secretarios del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.....	331
6.3.2. Los Partidos Políticos	394
6.3.3. Los medios de comunicación.....	423
6.4. EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA	494
6.4.1. Funciones	494
6.4.2. Disfunciones	500
CAPÍTULO VII. AFECTACIONES DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA A LA CALIDAD DE LA DEMOCRACIA EN MÉXICO	509
7.1. ESTADO DE DERECHO.....	509
7.1.1. Principio de Legalidad contra Ilegalidad y Simulación	509

7.1.2. Cultura cívica contra ausencia de la cultura cívica	511
7.1.3. Libertad de expresión contra autocensura y excesos en la libertad de expresión.....	511
7.1.4. Cultura política contra deficiencias de la cultura política.....	512
7.1.5. Estado mínimo contra sobrerregulación	512
7.2. COMPETENCIA.....	513
7.2.1. Principio de Equidad contra Desigualdad	513
7.2.2. Cultura democrática contra frenos a la cultura democrática	514
7.2.3. Principio de legalidad contra ilegalidad.....	515
7.2.4. Libertad de expresión contra autocensura.....	515
CAPÍTULO VIII. CONSIDERACIONES FINALES	517
PARTE IV. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	525
CAPÍTULO IX. REFERENCIAS.....	527
9.1. BIBLIOGRAFÍA	527
9.1.1. TESIS	532
9.2. DOCUMENTAL PÚBLICA.....	532
9.3 SITIOS Y DOCUMENTOS WEB	544
9.4. FUENTES ORALES	549

PARTE I. OBJETO DE ESTUDIO

1. INTRODUCCIÓN

La regulación de los medios de comunicación en México: el modelo de comunicación política en la Reforma Electoral 2007 y su relación con la Calidad de la Democracia, nace en la observación activa y participante que hicimos como miembro del Servicio Profesional Electoral del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco en México, desde el año 2005 y hasta el 30 de septiembre de 2014; en una primera etapa, y posteriormente, a partir del 1 de octubre de 2014 y hasta la fecha, como integrante de su órgano superior de dirección, el Consejo Estatal.

Durante este periodo, diseñamos y ejecutamos diversos proyectos de comunicación política e institucional, entre los que se encuentran los producidos para la adopción, adaptación, y posterior, difusión de la Reforma Electoral en Tabasco en el año 2007, particularmente, en la materia de normatividad para el acceso a la radio y la televisión.

Nuestra intención es exponer los alcances de la Reforma Electoral 2007, al hacer uso de un sistema de regulación directa¹ de los medios de comunicación que se plasmó en la legislación mexicana, en sus ámbitos federal y estatal, como el medio para resolver conflictos como el fenómeno de la judicialización de los procesos electorales² en México; y sus efectos en la Calidad de la Democracia en este país.

Nuestro trabajo consta de cuatro partes y nueve capítulos. La primera hace referencia al planteamiento del problema estableciendo el objeto de estudio mediante la exposición de los recursos teórico-metodológicos recurridos para el diseño de nuestra investigación.

¹ La regulación directa consiste en establecer en la legislación electoral específica los límites a la libertad de expresión durante los procesos electorales.

² La judicialización de los procesos electorales es el término que se emplea cuando se habla del uso recurrente de la presentación de quejas a través de la figura denominada Proceso Administrativo Sancionador ante las autoridades administrativas y/o jurisdiccionales en materia electoral; en cualquiera de las etapas que comprenden la organización de los procesos electorales en México por diversas infracciones a la ley, entre las que se encuentran posibles violaciones a la regulación de los medios de comunicación.

El segundo apartado que comprende del capítulo segundo al quinto, contiene la descripción del contexto de nuestra investigación, los marcos teóricos y conceptuales sobre Comunicación y Democracia, desde el marco macro hasta sus generalizaciones empíricas: comunicación política y calidad de la democracia. En materia de comunicación política se especificará el modelo que se emplea mediante la regulación directa de los medios de comunicación en América Latina y México; previos a la Reforma Electoral.

En este mismo, incluimos los antecedentes históricos y jurídicos que motivan la Reforma Electoral 2007 en México, se relata la propia reforma y su adopción en los marcos legales de las entidades federativas que conforman a este país, ubicándolos en la experiencia en el caso Tabasco, en donde como se dijo al principio, somos parte de todas esas experiencias.

De éstas, relatamos los casos judiciales relacionados con la regulación de medios a como persisten en los expedientes, para que a partir de ellos, extraer información mediante el uso técnicas de investigación cualitativas que generen datos, mediante un elemento interpretativo, que permita apreciar los efectos de la comunicación política en las funciones manifiestas, buscamos funciones y disfunciones; plasmados en una tercera parte constitutiva de nuestra investigación.

La cuarta parte la investigación, en los capítulos VII y VIII encuadramos, luego de conocer las funciones manifiestas antes dichas, la afectación de los efectos de la comunicación política y arribamos a las conclusiones que reflejan el objetivo de esta investigación y en la que también se exploran las opciones para contribuir, desde el campo de acción de la investigadora, con el fortalecimiento de la comunicación política y la calidad de la democracia en México. Finalmente, en el capítulo nueve, enlistamos las fuentes de información a las que recurrimos.

2. HIPÓTESIS

En el presente trabajo intentamos demostrar que el modelo de Comunicación Política implementado en la regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral en México en el año 2007, y sus ajustes en la reforma electoral 2014, afectó al Estado de Derecho y la Competencia como dimensiones para medir la Calidad de la Democracia en México.

Asimismo, pretendemos corroborar que el modelo de comunicación política en la regulación de los medios de comunicación sí hizo aportaciones a los procesos electorales; pero también al momento de la aplicación de esta legislación, permitió por una parte que los políticos y sus partidos prosiguieran con prácticas que la contravinieron y las autoridades electorales moderarán sus resoluciones, incrementando los procesos de judicialización en México.

La investigación la dirigiremos a verificar la relación entre a mayor inobservancia del modelo de comunicación política en la regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007, mayor presencia de la judicialización de los procesos electorales y menor Calidad de la Democracia en México, a través de la revisión de los Procedimientos Administrativos sancionadores incoados en contra de políticos en los procesos electorales 2009, 2011-2012 y 2014-2015 en Tabasco, México.

3. OBJETIVO GENERAL

Apreciar las afectaciones de las funciones y disfunciones del modelo de comunicación política implementado mediante la regulación de medios de comunicación adoptado en la Reforma Electoral 2007, y sus subsecuentes ajustes en la reforma electoral 2014, al Estado de Derecho y la Competencia como dimensiones para medir la Calidad de la Democracia en México; a través de la descripción de la judicialización de los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012 y 2014-2015 en Tabasco, México.

OBJETIVOS PARTICULARES

1. Señalar la convergencia entre la Comunicación Política y la Calidad de la Democracia como generalizaciones empíricas³ para el fortalecimiento del régimen democrático en México.
2. Identificar las características de la Comunicación Política en México como son los sujetos del Poder Central –audiencia, medios de comunicación y políticos- en cuanto a las prácticas de producción y consumo de información a partir de la instauración de la Alternancia pacífica del Poder en México y hasta el año 2006 como condiciones para la Reforma Electoral 2007.
3. Reseñar la judicialización de los procesos electorales en México por el comportamiento de los medios de comunicación en la configuración de la Causa Abstracta de Nulidad, como motivación de la Reforma Electoral 2007.

³ En ciertos campos del conocimiento no se dispone de muchas teorías que expliquen los fenómenos que estudian, a veces sólo se tiene generalizaciones empíricas, es decir, proposiciones que han sido comprobadas en la mayor parte de las investigaciones realizadas. (Sampieri, 2006, pág. 88)

4. Exponer la Reforma Electoral 2007, el modelo de comunicación política implementado mediante la regulación de los medios de comunicación, y su adopción en Tabasco en el año 2008; así como los ajustes hechos al mismo en la reforma electoral 2014.
5. Describir el modelo de comunicación política empleado por los políticos en los medios de comunicación en el periodo de precampañas e intercampana de los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012 y 2014-2015 en Tabasco, México; en contravención de la regulación de los medios de comunicación prevista en la Reforma Electoral 2007; a partir de la revisión de los Procedimientos Administrativos Sancionadores incoados en contra de los políticos Humberto De los Santos Bertruy, Jaime Mier y Terán, Gerardo Priego Tapia y Francisco Javier Cabrera Sandoval.
6. Definir los efectos en la comunicación política al distinguir funciones y disfunciones en la observancia de la regulación de medios de comunicación y sus afectaciones al Estado de Derecho y Competencia como dimensiones para medir la Calidad de la Democracia en México.

4. DELIMITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Esta investigación la centraremos en la Comunicación Política que se empleó entre políticos y medios de comunicación con motivo de la aplicación de la regulación de medios de comunicación implementada a partir de la Reforma Electoral del año 2007 en México, y sus ajustes en la reforma electoral 2014. Nos centraremos en investigar dimensiones como Estado de Derecho y Competencia; para medir la Calidad de la Democracia México.

En ésta, revisaremos la relación que hubo entre políticos y medios de comunicación en los periodos de precampaña e intercampana de los procesos electorales ordinarios que se celebraron en el estado de Tabasco, México, en los años 2009, 2011-2012 y 2014- 2015; relación que derivó en diversos casos judiciales.

Los casos judiciales a los que haremos referencia son a los Procesos Administrativos Sancionadores identificados como SCE/OR/AGH/001/2009 y sus acumulados SCE/PE/EACH/008 y SCE/PE/EDDR/010/2009, interpuestos ante el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco y su primera resolución expuesta en el Acuerdo del Consejo General del IFE CG31/2010, de fecha 29 de enero de 2010, correspondiente al proceso electoral ordinario 2009 por la presencia en medios de comunicación del político Humberto De los Santos Bertruy.

El periodo de análisis que emplearemos es del 25 de mayo al 18 de agosto del año 2009, tiempo en el que se publicaron y transmitieron entre entrevistas y notas informativas en los medios de comunicación del político Humberto De los Santos Bertruy, y simultáneamente, se difundieron y publicaron en los medios de comunicación electrónicos e impresos, la campaña publicitaria del Despacho de Abogados “Humberto De los Santos Bertruy”, material que se compiló para la constitución del citado caso judicial.

Los casos judiciales que seleccionamos del proceso electoral ordinario 2011-2012 son los Procedimientos Administrativos Sancionadores SCE/PE/JLGL/0005/2012 y SCE/PRI/006/2012, en los que se presentaron quejas por la comisión de faltas a la

regulación de medios de comunicación en contra de los políticos, Jaime Mier y Terán Suárez y Gerardo Priego Tapia, respectivamente.

Del Procedimiento Administrativo Sancionador SCE/PE/JLGL/005/2012, de fecha 27 de febrero de 2012, promovido por el ciudadano José Luis Garciliano López en contra de Jaime Mier y Terán, consideraremos las notas informativas y entrevistas publicadas en los medios de comunicación como parte de la cobertura informativa del proceso electoral ordinario 2011- 2012 en Tabasco; así como la campaña publicitaria que auspició el político mediante la Fundación Alianza por Tabasco, Isabel de la Parra de Madrazo; ambas acciones motivaron la presentación de la queja.

Del Procedimiento Administrativo Sancionador SCE/PRI/006/2012, de fecha 20 de marzo de 2012, promovido por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) en contra de Gerardo Priego Tapia, extrajimos las notas informativas y las entrevistas que se publicaron en los medios de comunicación como parte de la cobertura informativa con motivo del proceso electoral ordinario 2011-2012; así como los espectaculares promocionando el programa de radio y el propio programa de radio llamado “Propuestas y Soluciones”, que forman parte de este caso judicial.

Del Procedimiento Administrativo Sancionador SCE/PE/PRI/003/2014, de fecha 30 de diciembre de 2014, promovido por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) en contra de Francisco Javier Cabrera Sandoval y el Partido de la Revolución Democrática (PRD), tomaremos la campaña publicitaria y las notas informativas con motivo de la difusión de su segundo informe legislativo.

La viabilidad de esta investigación desde la propuesta de Hernández Sampieri (Sampieri, 2006, pág. 534), la observaremos en ambas dimensiones en la conveniencia y accesibilidad de este trabajo. En primer término es conveniente por las aportaciones que podríamos hacer al sistema electoral mexicano; a las autoridades administrativas electorales, a los partidos políticos y a los medios de comunicación, porque permitirá prever si la regulación de los medios de comunicación obedecen a un modelo suficientemente abordado y si se requieren de adecuaciones a la normatividad que puedan ser aplicables para el fortalecimiento de la organización de las elecciones.

Nuestros resultados serán interesantes también para los partidos políticos y sus candidatos, hacia el interior, para revisar su actuación frente a la normatividad electoral a fin de evitar sanciones, que incluso, los dejen al margen de la participación

La regulación de los medios de comunicación en México



política y afecten su condición legal de entidades de interés público para acceder al Poder Público.

Además, son precisos para comprender el sistema mediático en México y la vinculación tan fuerte que existe, aún después de la Reforma Electoral 2007, entre el poder mediático y el poder político. Nuestra reflexión irá encaminada a comprender el estado de impunidad que los aleja de su función social.

Este tema, promete otras aproximaciones, tal es el caso de la viabilidad para la adopción de modelos como la autorregulación de los medios de comunicación y la correulación de los partidos políticos que contribuyan a la Comunicación Política y la Calidad de la Democracia en México.

Así como en el futuro generar estudios de los contenidos de la propaganda electoral y sus posibles efectos en la opinión pública; debido a que existen datos sobre la producción de mensajes a través de notas informativas que se difundieron al mismo tiempo que las campañas publicitarias; y a partir de éstos, sirvan para conocer el comportamiento político de las audiencias, también como un componente para medir la Calidad de la Democracia.

En cuanto a la accesibilidad, nuestra investigación es factible debido nos encontramos en el ejercicio de la función pública de Estado para la organización de procesos electorales como Consejera Electoral, de tal manera que la información se obtendrá de primera fuente; además se tiene contacto directo con los participantes de la investigación, además, por los gatekeepers⁴ que podrían facilitar este trabajo.

⁴ Los gatekeepers o controladores de ingreso a un lugar. Son individuos que a veces tienen un papel oficial en el contexto y otras veces no, pero que de cualquier manera pueden autorizar la entrada al ambiente o al menos facilitarla. También ayudan al investigador a localizar participantes y lo asisten en la identificación de lugares. (Sampieri, 2006, pág. 535)

5. METODOLOGÍA

FUNDAMENTO TEÓRICO

La teoría es una perspectiva, un enfoque epistemológico en el que se encuadra la investigación, debido a que ésta, se haya en el área de estudio de las ciencias sociales y humanidades, por tratarse del hombre y lo que él produce, como son la Comunicación y la Democracia, se privilegia en el proceso de la búsqueda del conocimiento al sujeto cognoscente, por lo que su enfoque es empírico positivista.

Para abordar el marco teórico, partiremos de una propuesta elaborada por Manuel Martín Algarra con relación a una posible clasificación de las teorías en comunicación, que con fines enunciativos e ilustrativos se citan en el siguiente cuadro.

Clasificación	Características
Criterio Geográfico	Por universidades en las que se han desarrollado en este campo Chicago, donde sitúan la primera investigación en comunicación; Columbia, donde Lazarsfeld y otros desarrollaron estudios sobre los efectos persuasivos y de gratificación de los medios en el público; Frankfurt, donde surge la investigación crítica; Toronto, donde Innis y McLuhan desarrollaron la corriente del determinismo tecnológico; y Birmingham, donde aparecen los estudios culturales. También mencionan París, con su gran tradición de estudios semióticos del cine y la cultura y la Universidad de Yale, donde Hovland dirigió un importante grupo de investigación sobre la persuasión de masas
Criterio histórico-biográfico	Centrado en los Estados Unidos, por lo que no se detiene demasiado en los criterios de sistematización de las teorías. Hay, además, un buen grupo de autores —Hardt, Kutsch, León, Duarte, Dennis y Wartella, Rodrigo, Mattelart, etc. — que han estudiado las teorías de la comunicación en determinadas épocas y lugares son clásicos los intentos realizados por Moragas, Delia y Littlejohn. Ninguno de los autores mencionados se propone primariamente con sus obras ofrecer una sistemática para la ordenación de las teorías de la comunicación.

Fuente: Elaboración con propia con datos del trabajo de investigación de Manuel Martín Algarra de la Universidad de Navarra. (Algarra, 2009, pág. 154 y ss)

En este mismo trabajo, Algarra, centra las opciones epistemológicas por las que pueden ser ubicar las investigaciones en comunicación, en ese delineo, menciona algunos autores que abonan a nuestro trabajo a partir de Habermas, Pasquali y Paoli. (Algarra, 2009, pág. 155)

Para los efectos de esta investigación, recurriremos a la propuesta de José Antonio Paoli⁵, coincidente con la Lidya Sánchez y Manuel Campos, en este sentido la comunicación puede ser estudiada desde el funcionalismo, el estructuralismo⁶ y el marxismo⁷. Abordaremos el primero porque es el encuadre previsto para la siguiente investigación por la naturaleza empírico-positivista antes referida.

⁵ Los funcionalistas tienden a concebir la estructura social como una interrelación que se manifiesta a nivel fenoménico; pues todos podemos constatar que una institución cubre necesidades de otra y ésta a su vez, de otra, formando entre ellas un orden social. Se suelen utilizar un símil biológico para ejemplificar este conjunto de interrelaciones ordenadas; a la manera como los órganos cubren necesidades o realizan funciones los unos con respecto de los otros, para que el organismo funciones adecuadamente. Dentro del funcionalismo, hay diversos conceptos de estructura; al parecer, todos ellos concuerdan en que este orden puede verse al nivel de los fenómenos si se observan metódica y atentamente, Los hechos, entonces, pueden ubicarse en su contexto como producto de instituciones o individuos inmersos en un conjunto institucional y correlacionarse, para establecer tendencias probables. (Paoli, 1983, pág. 124)

⁶ En los estudios de comunicación, y sobre todo, en los estudios de estructura mediática, el estructuralismo interesa como método de análisis en el que todos los elementos se coinciden como un todo en virtud de sus relaciones mutuas, buscando las relaciones entre términos que tienen un valor de posición en el conjunto, siendo esta articulación la que los hace significativos. El enfoque estructural nos interesa como una perspectiva, un método de estudio imprescindible para que podamos entender el sentido de nuestro medio ambiente. Ramón Reig nos indica que en los estudios de estructura mediática, el método estructural debe llevarse a su máxima complejidad, es decir, desde el estudio detenido de las emociones hasta la más alta interdisciplinariedad. Perspectiva teórica sobre los estudios estructuralistas en medios de comunicación de la Doctora Rosalba Mancinas Chávez presentada en el marco teórico de su tesis: La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua: Prensa, radio, televisión e internet. Parte II. Disponible en: http://fondosdigitales.us.es/media/thesis/912/P_T.D_PROV1-1-parte2.pdf Consultado el 29 de julio de 2015.

⁷ Esta corriente metodológica no profundiza en la comunicación propiamente como una ciencia, lo concibe como un hecho social que se gesta y desarrolla dentro de la superestructura. Rosalba Mancinas, nos hace una aproximación.

Marx dejó claro el concepto de la estructuración de la sociedad conformada por dos partes o en dos niveles: una infraestructura material – económica y una superestructura ideológica. El proceso de producción y sus tecnologías determinan el modo infraestructural, mientras que las ideas que se le superponen definen la cosmovisión superestructural. En la esfera comunicacional, Karl Marx identifica a los medios como instituciones de producción, y el mensaje como mercancía; profundiza en los estudios de la sociedad capitalista, enfocándose en las relaciones humanas regidas por el mercado. Blanca Muñoz afirma: Según Marx, en la comunicación ideologizada de las sociedades industriales, el grupo dominante –el que posee los medios de transmisión, creación y difusión de las ideas-, introduce un sistema de valores que condicionan la conducta y la percepción colectiva. Estos valores que los sujetos reciben, cumplen una serie de funciones. Funciones ligadas a la división social del trabajo y al mantenimiento de unas formas concretas de posición de los resortes del poder. La ideologización no será sino una cosmovisión, una comprensión falsa de la estructura total de la

La regulación de los medios de comunicación en México



Los teóricos empíricos se han centrado en el tema de los efectos de los medios sobre las audiencias; los teóricos críticos han analizado el papel que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, y la influencia que ejercen sobre las diversas prácticas sociales. (Campos, 2009, pág. 8)

El funcionalismo en la comunicación estudia a los medios de comunicación como sistemas sociales. Mauro Wolf parafraseado en Rendón, afirma que “el funcionalismo brinda una sofisticada base teórica para las indagaciones empíricas, base que deja de enfatizar en la búsqueda de efectos, reemplazándola por el análisis de las funciones desempeñadas por los medios de comunicación masiva en la sociedad”. (Rendón, 2007, pág. 27)

El análisis funcional explica Rendón con fundamento en las aportaciones de Harold Laswell, “propone estudiar la comunicación de masas desde dos marcos de referencias: su estructura y sus funciones”. (Rendón, 2007, pág. 25)

Los principales exponentes del análisis funcional Bronislaw Manilowski⁸, Talcott Parson⁹, Robert Park¹⁰, Robert Merton¹¹, Niklas Luhmann¹² y Paul Lazzaferd¹³

realidad. Perspectiva teórica presentada por Miguel Orta Vélez en su tesis: LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL EN MÉXICO: Vinculación del poder político con el poder mediático. Análisis de la problemática actual y perspectiva histórica, de mayo de 2012. Documento proporcionado por el autor. Páginas 44 y 45.

⁸ Cfr. Teoría del Funcionalismo Antropológico en Crimen y Castigo en la sociedad salvaje en la edición de 1985 de la editorial Planeta-Agostini en España. Bajo la licencia ISBN 84-395-0111-0.

⁹ Cfr. El sistema social. Talcott Parsons. Libro en PDF. Disponible en <https://teoriasuno.files.wordpress.com/2013/08/el-sistema-social-talcott-parsons.pdf> Consultado el 30 de julio de 2015.

¹⁰ Cfr. La comunicación interpersonal como instrumento en la teoría sociológica de Robert Park en el trabajo de Fernando Huamán Flores. Publicado en la Revista de Comunicación de la Universidad de Piura en Perú en septiembre de 2011. Páginas 51-70. Disponible en: <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2011/Art51-70.pdf> Consultado el 30 de julio de 2015.

¹¹ Cfr. Teoría y Estructuras Sociales. Apartado III. Funciones manifiestas y latentes. Páginas de la 92-160. En la edición del año 1992 del Fondo de Cultura Económica. En México, Distrito Federal.

¹² Cfr. Luhmann y su idea de los medios de comunicación desde sus teorías de sistemas. Resumen presentado por el Instituto de Investigaciones Filosóficas de la Universidad Autónoma de México <http://www.iifl.unam.mx/html-docs/tradretor/luhmann.pdf> Consultado el 30 de julio de 2015.

coinciden en ver el todo como un sistema, equiparable a los cuerpos biológicos; referentes utilizados por otros investigadores como De Fleur y Ball-Rokeach.

El análisis estructural-funcional de los sistemas sociales (o brevemente el análisis funcional) se ocupa de las pautas de acción que muestran los individuos o los subgrupos que se relacionan entre sí dentro de tales sistemas. Un sistema social, es por esta razón, una abstracción, pero que no está muy lejos de las conductas, observables y empíricamente verificables, de las personas que ejecutan la acción. El sistema social es así un complejo de acción estable, repetitiva y pautada, que es parte una manifestación de la cultura compartida por sus actores, y en parte una manifestación de las orientaciones psicológicas de los actores (que a su vez proceden de esa cultura). (Ball-Rokeach, 1993, pág. 173)

El análisis funcional tiene como características que el objeto de estudio sea repetitivo y normativo, en ese sentido Adriana Rodríguez Tijeiro, los conceptualiza como agentes institucionalizados porque a decir de la autora se encargan de estandarizar los fenómenos sociales, de esclarecerlas condiciones y modos de vida y de analizar las funciones de las operaciones repetitivas en una sociedad, pero además:

... concibe a la sociedad como un organismo biológico cuyo buen estado de salud depende del equilibrio existente entre sus partes. En este sentido, el sistema social se plantea como un organismo formado por diversos subsistemas cuya armonía e integración es garantizada a través de las instituciones, de tal modo que el poder institucional es naturalizado como un mecanismo necesario para el mantenimiento del equilibrio social. (Teijeiro, 2009, pág. 41)

Las características de ser un fenómeno normativo y repetitivo; aunado a que las funciones que se pueden encontrar en la búsqueda del conocimiento pueden ser, además, funcionales o disfuncionales, es para los efectos de este trabajo, la perspectiva que se ajusta al mismo; desde la propuesta de Charles R. Wright

El análisis funcional se ocupa de examinar aquellas consecuencias de los fenómenos sociales que afectan al funcionamiento normal, a la adaptación o al ajuste de un sistema dado: individuos, grupos, sistemas sociales y culturales. ¿A qué tipo de fenómenos sociales puede ser aplicado el análisis funcional? El requisito general básico es "que el objeto del análisis represente un tema estandarizado (normativo y repetitivo), por ejemplo pautas institucionales, procesos sociales, normas culturales". En el más

¹³ Cfr. Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. Paul F. Lazarsfeld - Robert K. Merton. Publicado en una compilación de Heriberto Muraro en La comunicación de masas, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1977. <http://www.teoriascomunicunm.com.ar/archivos/UNIDAD2-Lazarfeld-Merton-ComunicacionDeMasas.pdf>

La regulación de los medios de comunicación en México



amplio nivel de abstracción, la propia comunicación de masas, como *proceso social*, es un fenómeno normativo y repetitivo en muchas sociedades modernas

El análisis funcional no se limita al estudio de las consecuencias útiles. No toda consecuencia tiene valor positivo para el sistema social en el que tiene lugar, o para los grupos de individuos implicados. Los efectos que son indeseables desde el punto de vista del bienestar de la sociedad o de sus miembros son denominados *disfunciones*.

Para poder establecer ¿Cómo el modelo de comunicación política en la regulación de los medios de comunicación implementada en la Reforma Electoral 2007 afectó al Estado de Derecho y la Competencia como dimensiones para medir la Calidad de la Democracia en México; a través de la descripción de la judicialización de los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012 y 2014-2015?

Debido a ello, la investigación incursionará en el funcionalismo, particularmente, en el análisis funcional, en el tipo de consecuencias de Charles R. Wright (Rendón, 2007), las funciones manifiestas, es decir, los resultados buscados explícitamente: funciones y disfunciones del modelo de comunicación política implementado en la regulación de medios en México en el año 2007; en la producción de bienestar a la sociedad: afectaciones a la medición de la Calidad de la Democracia en México.

La investigación recurrirá al referente teórico de la Comunicación Política. En el año 2010, el entonces Instituto Federal Electoral (IFE)¹⁴ a través de la Dirección Ejecutiva del Servicio Profesional Electoral, instituyó en el programa de profesionalización, en la que se discutió la Metodología para el análisis de información político-electoral y la construcción de discursos institucionales a cargo del profesor Oscar Ochoa González; documentos que se convirtieron en la plataforma de estudios en la autoridad administrativa electoral en México.

De la Calidad de la Democracia se tomará el modelo de Mónica Duhem elaborado en el año 2006 como una generalización empírica y sus aportaciones sobre las dimensiones para medirla en México.

¹⁴ Esta institución fue la responsable de la organización de los procesos electorales federales y la administración de las prerrogativas de los partidos políticos hasta el pasado 4 de abril de 2014 cuando sesionó por última vez, y luego de 23 años, se trasmutó con fundamento en la reforma político-electoral de 2014 en el Instituto Nacional Electoral.

MÉTODOLÓGÍA FORMAL

La técnica de investigación que utilizaremos para el análisis de la información es cualitativa, en la definición de Hernández Sampieri, quien considera que “proporciona profundidad de datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas”. (Sampieri, 2006, pág. 21)

Para la elaboración de este trabajo, emplearemos el método hipotético-inductivo, “que toma en cuenta la forma como se definen los conceptos y se realiza en varias etapas de intermediación que permite pasar de afirmaciones generales a otras más particulares hasta acercarse a la realidad concreta a través de indicadores o referentes empíricos”. (Soriano, 1990)

Por lo que en este trabajo, lo contextualizaremos el ambiente en que se dio la Reforma Electoral 2007, desde las motivaciones que la impulsaron, las características de los elementos del sistema político mexicano – público, medios de comunicación y gobierno-, previo a la promulgación de la ley, la promulgación de la misma y la aplicación del modelo de comunicación política implementado a través de la regulación de medios de comunicación en las experiencias de los Procedimientos Administrativos Sancionadores que constituyeron la judicialización de los procesos electorales en los años 2009, 2012 y 2015.

Este trabajo es no experimental, porque observaremos el fenómeno de la judicialización de los procesos electorales a como se dieron en su ambiente natural al aplicarse el modelo de comunicación política en la Reforma Electoral 2007 en las elecciones de Tabasco 2009, 2012 y 2015; por lo que no hay forma de recrear intencionalmente, la realización de las campañas publicitarias en el periodo de precampañas e intercampañas electorales.

Esta es una investigación descriptiva, porque presentaremos la información tal cual es, (Schmelkes, 2012) para indicar cuál es la situación al momento de la investigación, es dar un panorama, es contar una fotografía del fenómeno al que se hace referencia. (Sampieri, 2006, pág. 104)

Es transversal, porque la recolección de datos la hicimos en un momento único, “es como tomar una fotografía de algo que sucede” (Sampieri, 2006, pág. 208); tal es el caso de la promoción de los Procedimientos Administrativos Sancionadores, cuya

incidencia, eleva o reduce el nivel de judicialización de un proceso electoral; condición que a la postre, reviste o no de calidad a la organización de las elecciones y a la democracia.

Es retrospectiva parcial, porque en un principio, la información se obtuvo anteriormente a la planeación de este estudio con fines ajenos a la investigación que se pretende realizar; (Ramírez I. M., 2008) posteriormente, se generaron documentales públicas al interior del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco; que enriquecieron el tema.

La unidad de análisis es la regulación de los medios de comunicación y la medición como el proceso de vincular conceptos abstractos con indicadores empíricos (Sampieri, 2006, pág. 584) será la Práctica¹⁵ de la judicialización de los procesos electorales en Tabasco a partir de la Reforma Electoral 2007 con las dimensiones de la Calidad de la Democracia.

La muestra es de casos-tipo, porque serán los Procedimientos Administrativos Sancionadores sustentados en la regulación de los medios y sus Resoluciones jurisdiccionales en los procesos electorales en Tabasco en los años 2009, 2012 y 2015; seleccionados para esta investigación.

FUENTES DE INFORMACIÓN

La literatura para establecer el marco teórico-conceptual provendrá básicamente de tesis y de investigaciones en materia de comunicación y propaganda disponibles en versiones digitales de publicaciones de universidades a través de sus portales de internet; y de páginas de asociaciones especializadas en la materia como son particular los sitios de la Sociedad de la Información y del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo.

¹⁵ *Prácticas*. Es una unidad de análisis conductual muy utilizada y se refiere a una actividad continua, definida por los miembros de un sistema social como rutinaria. (Sampieri, 2006, pág. 584)

Además, contamos con los archivos públicos disponibles en la Dirección Jurídica y de los Departamentos de Comunicación Social, Recursal, y de Archivo y Correspondencia, dependientes de la Presidencia del Consejo y de la Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco; así como del Instituto Nacional Electoral, de los Tribunales Electorales de Tabasco y Electoral del Poder Judicial de la Federación; toda vez que algunos se encuentran en versiones físicas y otras digitales en los portales de internet de estas instituciones.

Otra fuente de información serán el propio investigador que fue partícipe en la elaboración y/o resolución de los casos objeto de estudio detallados en la delimitación del tema; así como los funcionarios electorales, representantes de los partidos de comunicación y periodista que cubren la noticia política electoral relacionados con el tema.

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

1. Observación Activa o Participante

El investigador se convierte *per se*, en una fuente de datos, toda vez que su Participación es Activa (Sampieri, 2006, pág. 531) o Participante (Rendón, 2007). En nuestro caso, hemos tenido la posibilidad de explorar y describir los Hechos Relevantes en la adopción y aplicación de la Reforma Electoral 2007 en Tabasco; desde el área operativa como Jefe del Departamento de Comunicación Social, asesor de la Comisión de Radio y Televisión y actualmente como Consejera Electoral del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

2. Bitácora de Campo

2.1. Caso Bertruy

El informe elaborado por el Departamento de Comunicación Social del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana, y de la que la investigadora fue su titular, documento que corre agregado como parte integral del expediente denominado Relatoría General del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy, texto en formato PDF que consta de 235 cuartillas.

La regulación de los medios de comunicación en México



La Relatoría está compuesta por la Bitácora de diario de notas informativas publicadas los medios de comunicación y la Bitácora de diario de las inserciones publicitarias en medios de comunicación del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy.

La recolección de datos del 25 de mayo al 18 de agosto del año 2009, fecha que abarcaron los periodos de precampaña e intercampaña electoral del proceso electoral ordinario 2009 en Tabasco, México.

De la Bitácora de diario de las inserciones en medios de comunicación del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy, así como del Informe derivado de la Metodología para la realización del monitoreo de transmisiones de los programas de radio y televisión local y prensa que difundan noticias de los precandidatos y candidatos de los partidos políticos y coaliciones durante el periodo de precampañas electorales y campañas electorales del proceso ordinario 2009; se extraerán las versiones estenográficas de los spots de radio y televisión; así como el material visual que se publicó y difundió en periódicos locales y espectaculares.

El informe a emplear es el de Precampañas Electorales, el cual provino de la revisión de mil 296 horas de grabación de radio, 241 horas con 40 minutos de grabación de televisión y 414 periódicos, durante los periodos del 12 de julio al 16 de agosto del año 2009.

2.2. Caso Mier y Terán Suárez

- a. Síntesis informativa del Departamento de Comunicación Social, de diciembre de 2011 a febrero de 2012.
- .
- b. Archivo de la Audiencia de Pruebas y Alegatos del Procedimiento SCE/PE/JLGL/003/2012.

2.3. Caso Priego Tapia

- a. Síntesis informativa del Departamento de Comunicación Social, de diciembre de 2011 a febrero de 2012

- b. Archivo de la Audiencia de Pruebas y Alegatos del Procedimiento SCE/PRI/006/2012.

2.4. Caso Cabrera Sandoval

- a. Procedimiento Especial Sancionador SCE/PE/PRI/003/2014

3. Análisis de Contenido

Para la obtención de los datos se empleará el programa informático Atlas.ti.

3.1. Unidad de análisis o unidades hermenéuticas.

Los textos en formatos RTF de las notas informativas y entrevistas que forman parte de los casos judiciales objeto de estudio.

El corpus para el caso Bertruy lo constituyen 77 notas informativas y entrevistas transmitidas en noticieros de radio y televisión entre el 25 de mayo y el 13 de agosto de 2009.

El corpus para el caso Mier y Terán lo constituyen 21 notas informativas y entrevistas transmitidas en noticieros de radio y televisión entre el 13 de diciembre de 2011 y el 24 de enero de 2012.

El corpus para el caso Priego Tapia lo constituyen 2 notas informativas transmitidas en un noticiero de televisión, una el 18 y la otra el 24, ambas de enero de 2012.

El corpus para el caso Cabrera Sandoval lo constituye una nota informativa en un noticiero de radio de fecha 18 de agosto de 2015.

3.2. Categorías.

3.2.1. Intencionalidad. Identificar las citas en las que se refleje la intención de contender por la candidatura a un cargo de elección popular.

3.2.2. Virtudes del Político. Identificar las citas en las que se refleje que bondades del político fueron las que se presentaron en las unidades de análisis.

3.2.3. Propuestas del Político. Identificar las citas en las que se reflejen la presentación de programas, planes de acción, actividades o

La regulación de los medios de comunicación en México



ideas en busca de agradar al electorado ante una posible postulación a un cargo de elección popular.

4. Entrevistas cualitativas

Las entrevistas están consideradas en la recolección de datos en la investigación cualitativa, porque es una reunión entre el entrevistador y el entrevistado, a este último se asume como experto en el tema, cuyo encuentro es natural y espontáneo, condiciones que permiten obtener información del tópico en los términos, lenguaje y perspectiva del entrevistado. (Sampieri, 2006, págs. 597-602)

La entrevista es estructurada debido a que el entrevistador realiza su labor con base a una guía de preguntas específicas, es de tipo de opinión, porque se llevará a cabo con los actores involucrados en los procesos administrativos sancionadores por violaciones a la regulación de medios en los procesos electorales 2009, 2001-2012 y 2014-2015. La autoridad administrativa electoral, los partidos políticos y los medios de comunicación. La entrevista estará acompañada de su contexto social a fin de poder interpretar los significados.

Propuesta de entrevistados		
Autoridades electorales	Presidentes del Consejo y/o Comisión de Radio y Televisión	Enrique Galland Marqués Elidé Moreno Cáliz Maday Merino Damián
	Secretarios del Consejo	Armando Xavier Maldonado Acosta Roberto Félix López
Partidos Políticos	PAN	Abraham Alaníz Garzía
	PRI	Mario Alberto Alejo García
	PRD	Javier López Cruz
Medios de Comunicación	XEVA	Pedro Cano Olán
	Radio Corat	Marisol Mateos
	XEVT	Hugo Triano Gómez
	Radio ACIR	Lorena del Carmen Hernández Solís
	EXA Heraldo de Tabasco	Jesús Manuel Domínguez
	Radio Tabasco Hoy Diario Tabasco Hoy	Víctor Esquivel Torres

Canal 7	Dione Cano Olán
Canal 9	Iván Hernández
TV Azteca Tabasco	Juanita Reyes Santiago
El Universal, Diario de Tabasco	Eduardo del Carmen Hernández Hernández
La Verdad del Sureste	Joaquín Peregrino Gómez

ESTRUCUTRA FORMAL DE LA INVESTIGACIÓN

ESTRUCTURA		
1. Planteamiento del Problema	Objeto de Estudio	Diseño de la investigación: Fuentes teórico-metodológicas
2. Contextualización de la Comunicación Política y la Calidad de la Democracia en los procesos electorales en México	Capítulo I	Comunicación y Democracia
	Capítulo II	La Comunicación Política en México: Condiciones para la Reforma 2007
	Capítulo III	La Reforma Electoral 2007 en México: El modelo de comunicación política
	Capítulo IV	La Reforma Electoral 2007 en Tabasco: Adopción del modelo de comunicación política
3. Resultados de la investigación	Capítulo V	La Judicialización de los Procesos Electorales en México
	Capítulo VI	Efectos de la comunicación política: Entre funciones y disfunciones
	Capítulo VII	Afectaciones de la Comunicación Política a la Calidad de la Democracia en México
4. Fuentes de información	Capítulo VIII	Consideraciones finales
	Capítulo IX	Referencias

Nuestra investigación consistirá de cuatro partes. La primera presenta el diseño de la investigación mediante los fundamentos teóricos y metodológicos para su elaboración, que abarca desde la hipótesis hasta las dificultades encontradas para la realización de este trabajo; en el que también se habla de los conceptos objeto del estudio, Comunicación y Democracia, hasta descenderlos a sus áreas de estudio de ambas, Comunicación Política y Calidad de la Democracia; y a su vez, de éstos, se

tomará las dimensiones de regulación de medios de comunicación y Estado de Derecho y Competencia como generalizaciones empíricas, que se encuadrarán a como se expuso al inicio, en la teoría funcionalista en la búsqueda las funciones manifiestas.

La segunda parte, incluye de los capítulos I al V, en los que se describirá los antecedentes jurídico-históricos de la Reforma Electoral 2007, el ambiente en que se promulgó, la implementación del modelo de comunicación política mediante la adopción de la regulación de medios de comunicación, su aplicación en los procesos electorales 2009, 2011-2012 y 2014-2015; los casos judiciales que se controvertieron derivado de su aplicación y se expondrán las experiencias a través de los actores políticos que intervinieron en los mismos a fin de apreciar los efectos de la comunicación política. En la tercera parte del Capítulo VI al VIII se entrará en la interpretación de datos proveniente de la aplicación de las técnicas de recolección de información cualitativas para formular descripciones que concatenadas nos lleva a las consideraciones finales; y finalmente, la cuarta parte será para integrar las referencias en el Capítulo IX.

DIFICULTADES ENCONTRADAS PARA LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación, como se evidenció anteriormente, logra la inmersión de campo, al disponerse de los archivos para el estudio del tema, particularmente, por la abundancia de textos e investigaciones sobre la judicialización de los procesos electorales motivados por la inobservancia de la regulación de los medios de comunicación, la mayoría provienen de los razonamientos jurídicos de los órganos administrativos y jurisdiccionales electorales; que se actualizan diariamente por la emisión de criterios, jurisprudencias y tesis de los tribunales.

Sin embargo, en cuanto a la Comunicación Política, los textos limitados y difíciles de conseguir; toda vez que no abordan estrictamente a la Comunicación Política; esta es recurrida como referente para hablar de propaganda y medios de comunicación, de los que existen mayores títulos.

De tal manera que el pasado 31 de julio de 2015, el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana aprobó por unanimidad el Acuerdo con el que se estableció el Programa Estatal de Educación Cívica y Cultura Democrática; documento que cuenta con más de 40 programas a desarrollarse desde la presente fecha hasta el año 2021. Dentro de esos programas, destacamos dos, el Centro de Formación y Desarrollo Electoral y el Centro de Consulta Electoral, por medio de los cuales se pretende hacer publicaciones de libros. Cabe mencionar que el Centro al que hemos hecho alusión perdió 7 mil volúmenes en la gran inundación de la ciudad de Villahermosa, capital de Tabasco.

Otro aspecto a considerar será las resistencias a las que nos enfrentaremos al momento de desarrollar las entrevistas como técnicas de recolección de datos, toda vez que es posible que no logremos ubicar a todos los sujetos propuestos para la realización de la investigación, y en otro escenario, haya desinterés para participar, debido al estatutos de la investigadora como Consejera Electoral, en la que por la naturaleza de sus funciones y atribuciones del cargo, es a la vez, juez y parte de los casos objeto de estudio.

PARTE II. Contextualización de la Comunicación Política y la Calidad de la Democracia en los procesos electorales en México

CAPÍTULO I. Comunicación y Democracia

1. Comunicación y Democracia: Descripciones generales

La comunicación puede ser vista desde la facultad humana de generar significados y significantes para poder entablar la relación con otras personas, de ahí que algunos autores de la lingüística le atribuyen a la palabra persona, una etimología relacionada con lo sonoro, es decir, mediante el sonido, se logra la manifestación de la idea; idea que se refleja en signos y se hace compartida, hasta ponerla en común al compartir su significado.

No hay pensamiento aislado, así como no hay hombre aislado. Todo acto de pensar exige un sujeto que piensa, un objeto pensado, que mediatiza el primer sujeto del segundo, y la comunicación entre ambos, que se da a través de signos lingüísticos. El mundo humano es un mundo de comunicación. (Freire, 1973)

Entonces, la comunicación es el acto que tiene que ver con dos aspectos la intencionalidad y la convencionalidad, en palabras del investigador Jesús Galindo Cáceres conocido por sus trabajos enfocados a desarrollar una teoría a la que denominada Comunicología Posible es “la acción que mueve a poner en común algo entre entidades que participan de esa intención” (Cáceres, 2007, pág. 3); que parte incluso, con la capacidad humana de conversar consigo mismo.

Para Lydia Sánchez y Manuel Campos, profesores de la Universidad de Barcelona, investigadores en la misma línea del Galindo Cáceres, quienes ofrecen esa acepción de la comunicación en la que coinciden los componentes citados: compartir un significado con un significante; pero en el que también interviene la intención, vista por éstos como la disposición de los que participan de la comunicación.

Una concepción de la comunicación como transmisión, ... compartida con los partidarios de una visión naturalista del ser humano, de que la función primordial que pueda tener la comunicación ha de estar ligada a la idea de adaptación al medio... basado en la tesis de que el acto comunicativo consiste en un proceso de intercambio o transmisión de información, mensajes, ideas, significados o contenidos a través de símbolos, signos, representaciones entre sujetos que interaccionan con el resultado de influir en la estructura cognitiva y en las disposiciones a la conducta de los

coparticipes en el proceso. Este proceso de intercambio o transferencia de contenidos puede responder a funciones distintas: informar, entretener, estimular, persuadir, etc. (Campos, 2009, pág. 3)

Adriana Rodríguez Teijeiro propone para acercarse a un concepto de comunicación, efectuar una diferencia entre la comunicación como una simple transmisión de información y como un proceso comunicativo y hace una reflexión de los elementos que contribuyen a establecerla, en ese sentido, plantea la objetivización de la expresividad humana como resultado de la convencionalidad entre los sujetos para dotar de significado a la realidad.

Un segundo elemento que distingue esta investigadora es la existencia de la retroalimentación entendiendo esto como la producción de un efecto deseado en el receptor, que a su vez, lo identifica como un tercer factor al poderse identificar el nivel del efecto.

Es decir, se plantea como absolutamente necesario que exista, además de un intercambio de datos y de sentido, un determinado grado de afectación de los contenidos mediáticos sobre el individuo, hasta el punto que unos autores plantean que no existiría comunicación como tal sin el alcance de algún tipo de "movimiento" por parte del receptor como resultado del acto comunicativo... (que) no necesariamente ha de hacerlo en el sentido que el emisor desea. (Teijeiro, 2009, pág. 25)

La sociedad se sostiene de esta convencionalidad que se alcanza a través de la comunicación; los conflictos naturales de los individuos en la búsqueda del bien particular son desdeñables cuando se logran compartir objetivos provenientes de un discurso común alcanzado por la comunicación.

Para Robert Parks, citado en el trabajo de Fernando Huamán, comunicación es como el líquido vital que permite la existencia de la sociedad; ya que ésta permite el consenso y la cooperación entre los individuos.

En la propuesta de Park, la comunicación es el principio integrador de la sociedad. Más aún, la sociedad existe gracias a la comunicación. Los ciudadanos se plantean objetivos comunes, asumen creencias, adquieren aspiraciones y conocimientos, gracias a la semejanza mental que se alcanza por la interacción con los otros. Si no se toma en cuenta a los demás, lo más probable es que se llegue al aislamiento social o marginalidad. (Flores, 2011, pág. 64)

A John Dewey también se le atribuye influencia sobre Robert Park, quien estudió la configuración social a partir de las relaciones de los miembros de una comunidad y

La regulación de los medios de comunicación en México



donde la comunicación interpersonal lo percibe como la base para el comportamiento social.

Dewey compartió la visión de Parks de la sociedad como un organismo biológico que se adapta al entorno mediante la comunicación de sus usos y costumbres entre los individuos que hace posible la cultura, percibiendo ésta como el conjunto de experiencias compartidas.

... la sociedad es concebida como un estado de equilibrio inestable que se alcanza cuando la competencia natural de los individuos es minimizada por el consenso alcanzado en la comunicación. La comunicación, pues no sólo corrige el orden competitivo de una sociedad sino que crea un universo de discurso común y diálogo... la comunicación es el principio integrador de la sociedad. Más aún la sociedad existe gracias a la comunicación. Los ciudadanos se plantean objetivos comunes, asumen creencias, adquieren aspiraciones y conocimientos, gracias a la semejanza mental que se alcanza por la interacción de los otros. Si no se toma en cuenta a los demás, lo más probable es que se llegue al aislamiento social o marginalidad. (Flores, 2011)

Junto con Dewey, Park, Merton, Parson, Luhmann, Lazzaferd; la comunicación es percibida como un organismo biológico, que a su vez, forma parte de otro, en el que interactúa, y concibe, las teorías de sistemas que estos proponen en el campo de la Sociología.

De Fleur y Ball-Rokeach coinciden que la evolución de la humanidad está relacionada con el dominio que se tiene de la comunicación y en sus sistemas para almacenar, intercambiar y difundir información; para estos investigadores, la comunicación está vinculada a la evolución del ser humano y de la sociedad.

La historia de la existencia humana debería explicarse más adecuadamente mediante una teoría de transiciones —es decir, explicando con los diferentes *estadios en el desarrollo de la comunicación humana*, cada uno de los cuales tienen profundas consecuencias tanto para la vida social colectiva como para la individual. (Melvin L. De Fleur y Sandra J. Ball-Rokeach, 1993)

En este punto, cabe hacer mención en el aspecto complementario entre comunicación e información, a como lo expone Paoli, al establecer que la información,

aparte de los datos que se toman del entorno para su conocimiento, su valor, es el uso que se les proporciona.

Nuestro contexto social nos enseña forma más o menos comunes de usar las cosas y las relaciones; en ese sentido podemos decir que nuestros significados comunes están informados o que la comunicación está informada, aunque en muchas ocasiones no sepamos exactamente por qué o para qué.

(...) Así, comunicación e información son dos aspectos de la totalidad de una sociedad. La sociedad no puede ser tal sin la comunicación y no puede transformarse sin la información. Ambos conceptos no pueden separarse del estudio de la sociedad global. Si se concibieran como elementos separados perderían su razón de ser, sus raíces, el fundamento de su sentido. (Paoli, Comunicación e información: perspectivas teóricas, 1983)

1.1. La Comunicación de masas

En relación a lo anterior, cuando en el proceso comunicativo, al que se ha hecho referencia, pasa de la relación de sujeto a sujeto y los intereses de su entorno, entramos a la comunicación de masas.

El tránsito de una sociedad a otra conlleva toda una serie de transformaciones de naturaleza estructural que acompañados por factores como el aumento cuantitativo del volumen de información disponible, el advenimiento de nuevas necesidades individuales, la ampliación de la capacidad comunicativa de los individuos o el desarrollo de una actitud más crítica y activa en su consumo informativo más acorde con las nuevas necesidades surgidas. Así, la CDM, también denominada comunicación colectiva, comunicación mediada o comunicación masiva, se erige como el modelo de comunicación demandado por las circunstancias de este nuevo contexto social, convirtiéndose, a largo plazo, en el signo distintivo de la sociedad contemporánea. (Teijeiro, 2009, pág. 36)

Parafraseando la investigadora Adriana Rodríguez Teijeiro cuando la comunicación privada se convierte en pública para proveer de información ya no privada, sino pública a través de medios colectivos, se habla de comunicación masiva o de masas; y que se distingue a la comunicación colectiva dentro del grupo porque hay características como las que han sido vistas por autores como Dennis Mcquail, Jürgen Habermas y Manuel Martín Serrano.

Habermas y Serrano no comparten la perspectiva funcionalista, sin embargo, sus estudios críticos nos permiten identificar los componentes en la producción de los

La regulación de los medios de comunicación en México



mensajes con fines específicos como lo es el sostenimiento del sistema electoral a través de adopciones de regulaciones como el modelo de comunicación política objeto de nuestro trabajo como mecanismos de control sobre la comunicación y sus efectos en el ejercicio del poder público.

Mcquail estima que la comunicación de masas, es como tal, cuando existe un proceso estandarizado y frecuente; características que replantea la relación entre el emisor y los receptores, la intencionalidad de los mensajes y sus posibles efectos a los que atribuye disfunciones.

La fuente no es una persona sino una organización formal y el emisor es frecuentemente comunicador profesional. El mensaje no es único, variable o impredecible, sino 'manufacturado', estandarizado, difundido. Es producto de un trabajo con valor en tanto referencia simbólica y valor de 'uso'.

La relación entre emisor y receptor es unidireccional y pocas veces interactiva, es necesariamente impersonal y frecuentemente 'no moral' y calculadora, en el sentido que el emisor no admite responsabilidad moral por consecuencias específicas en los individuos y emite los mensajes por dinero o atención.

La impersonalidad deriva parcialmente de la distancia física y social entre emisor y receptor, pero también de ser un comunicador público a menudo gobernado por normas de neutralidad y distanciamiento. La distancia social supone también una relación asimétrica, ya que el emisor pese a no tener poder formal sobre el receptor usualmente tiene más recursos, prestigio, experiencia y autoridad. El receptor es parte de una gran audiencia que comparte su experiencia con los otros y reacciona de maneras predecibles y de acuerdo a patrones. La comunicación masiva frecuentemente comprende el contacto simultáneo entre un emisor y muchos receptores, permitiendo una influencia inmediata, extensiva y una respuesta simultánea. Pese a que no se puede lograr la uniformidad del impacto es deseable tener menor variabilidad de respuesta que la que se da en la lenta y secuencial difusión de información persona-a-persona. (Mcquail, 1988, pág. 75)

Habermas en su amplio estudio de la acción comunicativa¹⁶ plantea la mediación a la que se refiere como tematización basado en un elemento interpretativo, en el que se requiere que tanto el emisor como el receptor compartan un contexto temporal y de la visión que tienen del mundo objetivo, en los que también intervienen sus

¹⁶ Cfr. Habermas, Jürgen. Teoría de la acción comunicativa tomo II, Crítica de la razón funcionalista; en la versión castellana de Manuel Jiménez Redondo de la editorial Taurus en su publicación de marzo de 2005.

percepciones subjetivas para la obtención de un acuerdo, poner en común una realidad, válida o no, pero que es el fin de la comunicación de masas.

Habermas en la revisión que hace a través de los pensadores de la Sociología, desde Robert Mead hasta Max Weber, analiza como la acción comunicativa como un proceso de la comunicación de masas, en que los productores de la misma, relativizan la realidad con fines de dominio en el sistema capitalista para que los destinatarios de la misma se sujeten a sus intereses; en los que también intervienen los medios de control desde el ejercicio del poder, institucionalizando la comunicación a como también lo distingue Serrano.

Serrano por su parte en la producción social de mensaje, explica lo consideramos el antecedente de la comunicación política; la comunicación institucional.

1º. La organización que tenga a su cargo la comunicación pública será considerada una institución de la comunidad sin perjuicio de que se constituya sobre la base material y formal de organizaciones que satisfacen necesidades privativas de determinados grupos.

2º. El sistema destinado a la comunicación pública se especializa, de modo prioritario y a veces exclusivo, para tratar con la clase de información que interesa o afecta las instituciones sociales, sin perjuicio de que, además, entre sus usos comunicativos figure el intercambio de información que concierne sólo a determinados grupos o sujetos particulares.

3º. Los temas de los que cabe comunicar por un Sistema de comunicación institucional y el modo en que deben ser tratados están prescritos más o menos formalmente, sin perjuicio de que, eventualmente, además se traten otros no regulados. Ese tratamiento diferencial de la información pública contribuye a que los miembros de la comunidad la distingan de cualquier otra, incluso de la información pública elaborada por otros grupos. Cualesquiera que sean las prescripciones que sirvan para diferenciar la comunicación institucional se encontrará que en los criterios <"información de interés colectivo/versus/"información de interés particular"> y <"tratamiento informativo propio de nuestras cosas"/versus/"tratamiento comunicativo propio de las cosas ajenas"> están en la raíz de su especialización comunicativa.

4º. La información pública ritualmente bien elaborada, cuando circula por su cauce comunicativo institucional, goza de la presuposición de que es confiable y de que propone un punto de vista autorizado.

5º. El Sistema tiene establecido quiénes pueden intervenir como Comunicantes, en qué ocasiones y a veces en qué lugares, cuando la información concierne a temas que tienen reconocido su carácter de interés público. (Serrano, 1994, págs. 73-74)

Particularmente, Habermas y Serrano, ya captan como la comunicación en la convivencia social contiene un elemento de derecho, el cual tiene una tendencia a la

regulación con fines de control, de la regulación de medios abundará en este mismo capítulo en los subsecuentes puntos; pero como ya se anticipó, desde el funcionalismo.

Serrano la define como el control institucional sobre el producto comunicativo (Serrano, 1994, págs. 127-129); en tanto que Habermas citado en Política y Derecho de Santiago Carassale, asegura que en las sociedades modernas, los problemas funcionales sólo pueden resolverse con la regulación y control propios del sistema administrativo, aunque hay peligro de que los elementos cognoscitivos desplacen a los éticos y morales y excedan la capacidad de los procedimientos democráticos para solucionarlos (Carassale, 2005, pág. 164 y ss)

1.1.1. La comunicación de masas en la Sociedad de la información

La relevancia de la comunicación es un proceso social fundamental, una necesidad humana básica y el fundamento de toda organización social, se reafirmó en la Declaración de Principios de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información; evento que se promovió en el año 2003 –y al que se le ha dado seguimiento hasta la actualidad-, a fin de diseñar los criterios, así como los programas de acción que cumplan las directrices de organismos como la ONU, previstos para mejorar las condiciones de vida de la humanidad.

Reafirmamos nuestra adhesión a los principios de libertad de la prensa y libertad de la información, así como la independencia, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación, que son esenciales para la Sociedad de la Información. También es importante la libertad de buscar, recibir, difundir y utilizar la información para la creación, recopilación y divulgación del conocimiento. Abogamos por que los medios de comunicación utilicen y traten la información de manera responsable, de acuerdo con los principios éticos y profesionales más rigurosos. Los medios de comunicación tradicionales, en todas sus formas, tienen un importante papel que desempeñar en la Sociedad de la Información,... (www.democraciasur.com, 2003)

Otro de los productos significativos de dicha Cumbre consiste en la Declaración de la Sociedad Civil en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información y la Carta

de los Derechos Civiles para una Sociedad del Conocimiento Sostenible; ambos pronunciamientos reconocen la función de los medios de comunicación en el desarrollo social y asientan, a su vez, la necesidad de proteger la independencia de los mismos.

Los medios de comunicación y su contenido están siendo controlados crecientemente por unos pocos consorcios globales de comunicación. Es responsabilidad pública fomentar formas de participación en los medios existentes y nuevos. Se deben ampliar los medios sin fines de lucro y aquellos servicios de comunicación públicos que son controlados democráticamente. Los derechos de libertad de opinión y de expresión deben ser complementados por los derechos generales de libertad de comunicación. El derecho de comunicación debe incluir el derecho a participar en todo tipo de procesos de comunicación y a contribuir activamente en la creación de medios de comunicación. (Carta de los Derechos Civiles para una Sociedad del Conocimiento Sostenible, 2005)

A partir de esta visión mundial de los medios de comunicación como elementos en el desarrollo social debido a su función al producir y distribuir contenidos diversos que sirven para la formación de opinión en los ciudadanos, que a su vez, derive en la participación de éstos en los asuntos públicos, también se planteó buscar mecanismos eficaces para suministrar información de calidad.

Esta información de calidad, que se propone en la Sociedad de la Información, debe ser en pleno ejercicio de la libertad de expresión –en apego a la Declaración Universal de los Derechos Humanos-, y respeto a la vida privada; dentro de un marco legal de los medios de comunicación acorde a los ordenamientos internacionales en materia de derechos humanos y la formulación de normas profesionales y éticas para el desempeño de los mismos.

Precisamente, por esta trascendencia de los medios de comunicación, la Sociedad de la Información, reconoce que en los gobiernos democráticos; la información es importante para los ciudadanos en la toma de decisiones, para que lo hagan con base en el conocimiento de las alternativas y las oportunidades, “son los cimientos de la transparencia, el debate y la adopción de decisiones” (www.democraciasur.com, 2003), en particular, en los procesos de elección popular.

Esta concepción de la comunicación e información de calidad es compartida por Pascuali, quien también conector de esta Cumbre hace reflexiones sobre cómo debe plantearse la comunicación en este contexto; que independientemente de la discusión que propone entre el Derecho a la Comunicación y el Derecho de Información –este

último como consecuencia del primero- y cuestiona los motivos reales de la Cumbre a los que atribuye intereses de orden económico; con base en esa postura, prioriza la trascendencia de la comunicación como sustento de las relaciones humanas y la convivencia social.

El comunicar es pues un hecho moral fundamental, de relacionamiento interpersonal –aun antes de ser un hecho político o tener dimensiones jurídicas-que genera constructos sociales. *Comunicación y normas de comportamiento para la convivencia* son dos maneras primigenias, esenciales y emparentadas de referirse a la relación humana. (Pascuali, 2007)

Por tanto, la Sociedad de la Información se preocupa y ocupa en el buen uso de la información (datos) que se transmiten en los medios de comunicación para la formación de una opinión pública que favorezca la participación ciudadana en los asuntos públicos que sostienen a la Democracia; proponiendo en un primer momento, mecanismos de regulación y autorregulación, que garanticen la libertad de expresión y el respeto de la vida privada.

1.2. Comunicación Política

La comunicación política como área de estudio de la comunicación es una generalización empírica multidisciplinaria, debido a que sus aportaciones provienen particularmente de investigaciones cuya fuente de información primaria es el empirismo, que independientemente del enfoque epistemológico al que se recurra, y de las ciencias en que se apoye como la economía, la sociología, la psicología; son compartidas en la convencionalidad de los estudiosos de la materia para la obtención del conocimiento de las relaciones entre gobernantes y gobernados; esta relación es descrita así por los investigadores María Cristina Reyes Montes, José Antonio O' Quínn Parrales, Juan Miguel Morales y Gómez, Eduardo Rodríguez Manzanares.

La comunicación cumple un papel fundamental en los sistemas democráticos, ya que permite conocer el ejercicio de los gobernantes y elaborar libremente nuestra forma de pensar y actuar en relación con el gobierno. Los políticos, dentro de su función gubernamental, actúan y toman decisiones que impactan a la sociedad, lo cual influye directamente en su permanencia y estabilidad de su cargo, por lo que tienen como

objetivo reducir la inestabilidad y vulnerabilidad del mismo; por tanto, necesitan contar con apoyo para legitimar sus acciones y garantizar su permanencia. Aquí, la comunicación adquiere un papel trascendental, cuyas funciones son informar, interpretar y mediar intereses, con esto se legitima su acción comunicativa, dado que los objetivos de los políticos pasan por una estrategia de comunicación de sus acciones en forma de mensajes a la sociedad. En conclusión, la actividad política se fundamenta en la comunicación. Las acciones y obras de los gobernantes tienen que ser transmitidas a la sociedad y retroalimentarse con las respuestas que den los partidos políticos, sindicatos, estudiantes, intelectuales, entre otros, en cuanto a su aceptación, negación o rechazo. Para un hombre de estado, actuar y comunicar son dos caras de una misma realidad. (Montes, 2011, págs. 85-101)

Según este acercamiento a lo que es la comunicación política, existe un gobierno que requiere de legitimación gubernamental¹⁷; y que el ejercicio de la acción de gobierno sea conocido por sus gobernantes; recurre entonces a la comunicación de masas; pero como esta comunicación se caracteriza porque tiene que ser constante y permanente se institucionaliza a como se expuso a través de Serrano. (Ver punto 1.1).

Rafael Yanes Meza¹⁸ (España), Claudia Fernanda Peña Preciado¹⁹ (Colombia), así como Carola García Calderón y Hugo Sánchez Gudiño (AMIC México)²⁰ paralelo

¹⁷ Uno de los principales retos de la democracia es la legitimación gubernamental, entendida no sólo mediante la voluntad popular electoral que le da origen, sino también en su ejercicio-acción gubernamental; si bien es cierto que la gobernabilidad debe estar acompañada de la legitimidad, también debe demostrar liderazgo político, una agenda pública incluyente y resultados democráticos para la sociedad. (Angélica Mendieta Rivera, Jorge Luis Castillo Durán, Lizbeth Araujo Salas, 2013, págs. 20-21)

¹⁸ Pero comunicación política también es el área interdisciplinar que examina la función de los medios de comunicación en el proceso político (Rospir, 2003: 21). Que trata de analizar de qué forma la política es comunicada por parte de los responsables públicos a los medios, y el estudio de un proceso que tiene por fin analizar el papel de los tres actores principales —el político, el periodista y el ciudadano—, en ese triángulo descrito por Lazarsfeld que supone la base de esta disciplina. Dentro de la comunicación política, por tanto, hay que estudiar las relaciones que se producen entre estos tres protagonistas. Toda conexión que pretenda transmitir el mensaje político desde el comunicador hasta el ciudadano con la intermediación de los medios informativos es comunicación política. El estudio de sus relaciones y de las interferencias que entre ellos se producen a cargo de agentes externos, también corresponde a este campo de las Ciencias Sociales. (Mesa, 2007, pág. 360)

¹⁹ Para hacer más explícita esta concepción expresada por Wolton, el investigador en ciencia política José Luís Exeni afirma que existen tres criterios analíticos para definir la comunicación política. A. Por sujeto: Se trata de la presencia e interacción entre actores que intervienen en la comunicación política, como los políticos, los operadores de los medios y actores sociales. B. Por objeto: Se aborda el intercambio de símbolos como los mensajes, el discurso y la información, que permiten la consecución de la agenda política. C. Por el ámbito comunicativo: Relación estrecha entre el sistema político y los mass media. También contempla la relación entre el sistema político y las sociedades. A partir de lo anterior "hablamos de Comunicación Política fundamentalmente para referirnos a la relación que mantienen los gobernantes y gobernados (sujetos), en un flujo de mensajes ida y vuelta (objeto), a través de los medios de comunicación social y con el concurso de periodistas especializados en cubrir la información

La regulación de los medios de comunicación en México



a los elementos de Serrano en la comunicación institucional, identifican al comunicador-gobierno, al mensaje, al medio porque el que se transmite el mensaje y al gobernado-receptor; pero ahora desde la comunicación política. De esta plataforma, planteamos la posibilidad de encuadres para el estudio en la comunicación política; interpretándolo en forma enunciativa, más no limitativa, de la siguiente manera:

Esfera de la comunicación de la comunicación política			
Área del conocimiento	Ciencias Sociales y Humanidades		
Objeto de estudio	Las relaciones entre gobernantes y gobernados en la comunicación.		
Enfoque epistemológicos	Funcionalismos		
	Estructuralismo		
	Criticismo		
Proceso			
Elementos	Objetivo	Área de la comunicación	Áreas del conocimiento relacionadas
Gobernante-emisor	Lo que quiero decir	Comunicación Institucional Marketing Político Propaganda Imagen Pública	
Mensaje	Como lo quiero decir	Estructura de la información	Sociología
Medios de comunicación	A través de quién lo digo	Agenda Setting Framming Espiral del silencio	Derecho Psicología
Gobernado-receptor	A quién se le digo, cómo lo percibe y qué me dice al respeto	Opinión Pública	Economía Democracia

Fuente: Elaboración propia.

generada por las instituciones y los protagonistas del quehacer político (ámbito de la comunicación). (Preciado, 2008, pág. 17)

²⁰ Los conceptos a los que Carola García Calderón y Hugo Sánchez Gudiño hacen referencia son las investigaciones que presentaron en la pasada XXVII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, celebrada el 4 y 5 de junio de 2015 en la ciudad de Querétaro en México.

1.2.1. Comunicación Política Electoral

Philippe Maarek (en Francia) y Gianpietro Mazzoleni (Italia) hablan ya de la comunicación política aplicada a la materia electoral. El primero, en exposición de cómo se formula una campaña electoral y el uso de las técnicas de mercado; sin soslayar la observación de la ética entre el discurso y la actuación del político; pondera incluso hasta la armonización de la campaña electoral nacional con la local.

El segundo, en sus aportaciones en la Universidad de Milano, sobre cómo la comunicación política, y particularmente, sobre la aplicación de ésta como área de estudio y del proceso comunicativo en la materia electoral.

Ambos autores coinciden que la referencia histórica de la comunicación política centrada en la materia electoral, está relacionada con el concepto de comunicación democrática: la obligación de practicar un mínimo de comunicación política con el objeto de ser designado para una función al servicio de la comunidad. (Maarek, 2009, pág. 30 y ss.)

Por su parte Maarek, centra su postura en el hecho de la simbiosis entre marketing político y comunicación política; ya que el concepto de publicidad política, y tratándose de campañas electorales, ya quedó rebasado el concepto de publicidad política; ahora según Maarek se trata de una estrategia de conjunto, a las que da relevancia a principios de comportamiento del político como se dijo anteriormente.

Hacer comunicación política ya no consiste en diseñar y hacer imprimir carteles con un mensaje sin preocuparse del destinatario: es efectuar un proceso completo de marketing, desde la encuesta que procede a la definición del concepto hasta las pruebas de ensayo, pasando por la definición del público objetivo, etc. (...)

La publicidad pertenece en realidad a la génesis de la comunicación, exactamente como su equivalente en la comunicación política, la propaganda. Ésta, generalmente, no era más que la adaptación a la comunicación gubernamental de la comunicación publicitaria, a la antigua: una comunicación unidireccional que intenta imponer opinión. (...)

La comunicación política moderna recurre cada vez menos a la publicidad política y a sus instrumentos, carteles, anuncios publicitarios televisados, etc.; carentes de un esfuerzo de preparación, lo que equivale a efectuar un verdadero planteamiento de marketing político. (Maarek, 2009, pág. 82)

Mazzoleni aunque estima que es un sector de límites poco definidos, establece que los ciudadanos comprenden el sentido del concepto de comunicación política. Su consideración sobre los límites pocos definidos consiste en la variedad de componentes, particularmente, cuando se centra en la dimensión electoral, como son

La regulación de los medios de comunicación en México



el sistema de partidos políticos, el sistema de medios de comunicación y los ciudadanos electores; sus propios subsistemas; además del ámbito en el que se desenvuelve el espacio o la esfera pública; así como su constante evolución.

Mazzoleni destaca a la aplicación de la comunicación política en el terreno electoral, porque incluso le atribuye efectos en la votación, porque en la campaña electoral reconoce la mayor actividad entre dos sistemas, el de partidos y los ciudadanos electores; del que ofrece una tipología que se delimitada por el uso del marketing político, la información política tanto su procesamiento en teorías como la agenda setting²¹ o el framing²², la propia naturaleza de los medios, sus mediaciones y poderes fácticos; el lenguaje político, por distinguir algunos aspectos. (Mazzoleni, 2010, pág. 143 y ss)

En México, esta apreciación de la introducción de la comunicación política en la materia electoral es estudiada por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación²³ y en recientes tesis de universidades en este país. Sandoval

²¹ El establecimiento de la agenda y los medios de comunicación (Agenda setting y mass media) es la propuesta teórica de Maxwell McCombs que habla como los medios de comunicación masiva seleccionan y ponen temas a la opinión pública que se podría resumir en el aforismo sobre cómo los medios de comunicación te dicen en qué y cómo pensar sobre determinado tema, incluyéndolos o excluyéndolos de la información que presentan.

²² El Encuadre o framing es la propuesta teórica de Robert Entman que habla cómo los medios de comunicación masiva enaltecen o minimizan información para destacar lo que estiman conveniente de un tema.

²³ La Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación se constituyó formalmente el 24 de abril de 1979, en las instalaciones de la UAM-Xochimilco, por 54 personas, la mayor parte de ellas académicos adscritos a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y a la Universidad Autónoma Metropolitana, plantel Xochimilco (UAM-X). En la lista de los fundadores se encuentra la mayor parte de quienes hasta ese momento habían desarrollado proyectos conocidos de investigación de la comunicación, y muchos que a partir de entonces comenzarían a hacerlo. Desde esa fecha, AMIC discute problemas comunicacionales y analiza los enfoques teóricos en este campo en conferencias y seminarios. Sus socios intercambian experiencias en un foro de expresión abierto que, en los últimos años, se lleva a cabo anualmente y en donde los estudiosos dan a conocer sus aportaciones. A lo largo de su trayectoria ha mantenido vinculación con organizaciones sociales diversas, y una presencia constante en el debate público sobre la reglamentación del derecho a la información, también ha difundido diversas ediciones de textos especializados en la materia. Disponible en http://www.amicmexico.org/portal_amic/ Consultado el 5 de agosto de 2015.

Meneses²⁴ y Cruz López²⁵, retoman lo que hemos dicho sobre la comunicación política, su objeto de estudio y áreas de conocimiento e introducen esta idea de la de la comunicación política aplicada en la materia electoral.

La Comunicación Política en materia electoral, el primer referente para fundamentar los estudios en materia electoral se vinculan al año 2010, posterior a la reforma electoral 2007, pero cabe precizarla en este apartado pues es el marco teórico a emplearse como se señaló en la primera parte de nuestro trabajo para describir los acontecimientos a partir del modelo de regulación de medios en México.

Este referente es el que se institucionalizó en el trabajo de Oscar Ochoa González, quien define a la comunicación política como el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia, los componentes del sistema político; ésta la ofreció el investigador como parte del programa de profesionalización del entonces IFE, hoy INE (González O. O., 2010); y la propuesta de sus áreas de actividad, las sintetizó de la siguiente manera y a las que vinculamos con técnicas de recolección de datos cualitativos para establecer un encuadre. Con base en esta propuesta, se aplica en la materia electoral.

²⁴ El estado democrático necesita de ciertos flujos de información para asegurar sus límites de acción y su óptimo funcionamiento. La información que el sistema transmite por medio de los distintos canales, generalmente se orienta a definir valores, promover la integración y diferentes valores cívicos y morales, acreditar o desacreditar ciertas instituciones, defender y/o atacar a ciertas posiciones, personas o programas, difundir propuestas electorales y otras más, con el fin de acceder al poder o legitimar sus decisiones o su identidad y seguir reproduciendo el orden social. Todo lo anterior lo utiliza a través de la propaganda electoral. (Meneses, 2003, pág. 17)

²⁵ En este concepto claramente se identifica el proceso de la comunicación en un espacio político, sitúa como emisor de los mensajes a las instituciones que forman parte de cuerpo gubernamental y los comportamientos de los públicos en épocas electorales. En los estudios de Dominic Wolton (1995:31) se explica que la comunicación política es un espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos. Esta definición da cuenta de que la gestión del poder está fundada en el intercambio de argumentos, pensamientos y pasiones entre los actores políticos que interactúan en el proceso de comunicación, a partir de los cuales los electores eligen. Para Wolton los escenarios de debate siguen siendo los electorales los cuales darán paso a la integración de gobierno para continuar con la agenda pública política. La definición de Wolton ha sido retomada por autores contemporáneos que definen a la comunicación política como un escenario donde se generan e intercambian las percepciones, los pensamientos, las preferencias políticas y electorales, sin embargo este proceso, obedece a un sistema de información y conocimiento que se teje mediante las múltiples formas de comunicación (Mendieta y Castillo, 2011: 35) En relación con las aportaciones, Wolton deja de lado los elementos como la comunicación política de las organizaciones e instituciones y se limita a la comunicación electoral. (López D. C., 2013, págs. 11-12)

La regulación de los medios de comunicación en México



Área de Actividad	Sujeto de Estudio	Objeto de estudio	Técnica de recolección de datos
Opinión pública	Los ciudadanos	Conocer lo que piensan sobre un tema mediante la medición de opiniones y actitudes	Sondeo Entrevista Análisis de textos
Análisis del contenido de los mensajes	Los medios de comunicación	Identificar orientaciones de los medios de comunicación	Análisis de textos
La propaganda política	Gobernados, los ciudadanos organizados en figuras jurídico-colectivas o con acceso al ejercicio del Poder como sindicatos, partidos políticos, gobiernos.	Difundir una idea para aumentar el nivel de información o generar simpatizantes a la misma observando los recursos y medios empleados para su difusión.	Información documental Observación Bitácoras Análisis semiótico
La conducta político-social	Los ciudadanos	Identificar conducta de la sociedad hacia la política	Entrevistas Historias de Vida Encuestas
Liderazgos y grupos de poder	Los ciudadanos organizados en figuras jurídico-colectivas o con acceso al ejercicio del Poder como sindicatos, partidos políticos, gobiernos.	Estudiar en sus distintos ámbitos	Información documental Observación Bitácoras Entrevistas Historias de Vida
Efectos de la comunicación política	Gobernantes y Gobernados en sus ámbitos.	Identificar los efectos que produce	Observación Bitácoras Entrevistas Historias de Vida Encuestas

Fuente: Elaboración propia con base en la propuesta de Oscar Ochoa González.

De las autoridades administrativas electorales, los integrantes del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco compuesto por Consejeros Electorales, los Secretarios del Consejo y los Consejeros Representantes de los Partidos Políticos que actuaron en los Procedimientos Administrativos

Sancionadores en los procesos electorales 2009, 2011-2012 y 2014 -2015; describir cuál fue su comportamiento ante el modelo de comunicación política implementada en la regulación de medios en la Reforma Electoral 2007 en México, de éstos y los medios de comunicación. Antes, habremos de conocer cuál fue el mensaje que transmitieron los partidos políticos en ese mismo contexto.

Para ello, recurriremos a las áreas de actividad de la comunicación política de Ochoa González: análisis de contenido de los mensajes, propaganda electoral, conducta político-social y efecto de la comunicación política.

1.3. La regulación de medios como modelo de comunicación política

La regulación directa de los medios de comunicación consiste en la emisión de normas mediante los procesos legislativos propios de cada país y cuya intención objetiva es de expresar líneas de conducta para el acceso y uso de los mismos.

Algunos autores como Ernesto Navarro y Salvador de León, ven en la adopción de la regulación de medios de comunicación como una obligación propia de los regímenes democráticos.

No obstante, regular el ejercicio de los medios de comunicación no es en sí misma una violación a la libre expresión, como afirman determinados organismos y defensores de los derechos corporativos, sino una obligación de los Estados democráticos bajo el amparo del derecho internacional. (Navarro, 2005)

De León, incluso lo percibe compartiendo la visión de Roberto Gutiérrez, como una necesidad para la consolidación de la democracia particularmente en México.

La necesidad de contar con una legislación clara y consensada por todos los sectores sociales, que garantice el derecho a la información y, al mismo tiempo, que brinde certidumbre sobre el ejercicio responsable de la libertad de expresión (los dos grandes temas que subyacen a este debate), es fundamental para la consolidación de la democracia en nuestro país. Un espacio comunicativo plural que otorgue condiciones para la deliberación abierta y para que la ciudadanía tenga acceso a la información necesaria para la responsable toma de decisiones, es visto como un escenario deseable que contribuya a la construcción de condiciones de equidad, de justicia y de responsabilidad social. (Vázquez, 2007, pág. 193)

La regulación de los medios de comunicación en México



Posiciones como las de Robert Mckenzie y de la organización Artículo 19, advierten de las bondades de la regulación de medios, sin embargo, establecen también la posibilidad de ser usados como medios de control del Estado.

En su sentido más amplio, la regulación consiste en cualquier influencia sobre el contenido y sobre las actividades de los medios de comunicación; influencias que pueden ser tanto internas como externas a las empresas mediáticas. La definición amplia de regulación entiende la normatividad como proveniente no sólo de la autoridad legislativa, quien posee legitimidad jurídica que fundamenta su autoridad interventora, sino también de actores algunas veces menos visibles, como pueden ser las relaciones que existen entre proveedores, patrocinadores y usuarios de los medios de comunicación. En síntesis, la definición amplia de regulación entiende al contenido de los medios como el resultado de algo más que disposiciones gubernamentales.

Por tanto, la regulación mediática puede adoptar muchas formas y presentar diversos niveles de influencia, que van desde sugerencias expectantes elaboradas por organizaciones civiles, recomendaciones vinculantes de grupos industriales y mandatos de organizaciones internacionales, hasta el control directo por parte de los gobiernos nacionales, también con numerosos niveles de influencia dentro de esta hipótesis. La mayoría de las iniciativas de regulación se dirigen hacia los contenidos y operaciones de los medios de comunicación: la regulación dirigida a las operaciones, normalmente se refiere a parámetros técnicos; por ejemplo, la Convención Internacional de Telecomunicaciones (ITU), que busca frecuencias de radio en todo el mundo. Por su parte, las regulaciones dirigidas al contenido de los medios, tienden, en lo general, a la protección del público de contenidos calificados como nocivos, o bien, a la mejora de su apreciación cultural o de su nivel de conocimientos.

Sin embargo, a causa del papel predominante que los gobiernos desarrollan, al ser ellos quienes determinan el contenido de los medios de comunicación, la regulación se define comúnmente en un sentido más restringido, se identifica con las normas jurídicas bajo las cuales los medios de comunicación deben operar (Mckenzie, 2011)

Artículo 19 como organización preocupada por los medios de comunicación, precisa hasta los espacios en los que mantiene vigilancia.

REGULACIÓN DE LA RADIO Y TELEVISIÓN

Los difusores de televisión y radio son las mayores fuentes de información, especialmente para los pobres. El espectro de transmisión (frecuencias disponibles que pueden transmitir señales) es limitado, a diferencia de la prensa escrita, y puede por eso requerir una regulación detallada. ARTICLE 19 controla que los gobiernos no usen la regulación para su propio provecho a costa de la independencia, confiabilidad y diversidad de los medios de difusión de radio y televisión. (19, 2013)

Aquí cabe mencionar que actualmente existen sistemas de regulación de los medios, que sin entrar a su discusión, se presentan en el siguiente cuadro de manera ilustrativa.

Modelo	Legislación	Función de la autoridad electoral administrativa	Vía legal
Autorregulación	No existe legislación específica que acote la libertad de expresión durante los procesos electorales.	No tiene influencia directa en materia de campañas negativas.	La resolución se da por la vía ordinaria (civil y/o personal).
Corregulación	La legislación electoral incluye ciertos lineamientos, dejando la carga de la responsabilidad sobre los actores políticos.	Tiene la responsabilidad de coadyuvar a que los actores políticos establezcan lineamientos éticos.	Resuelven los órganos internos de los partidos políticos, aunque se mantienen las vías civiles y/o penales en caso de calumnia o difamación.
Regulación Directa	La legislación electoral específica los límites a la libertad de expresión durante los procesos electorales.	Es la encargada de vigilar que los actores políticos observen la regulación durante los procesos electorales.	Resuelve la autoridad jurisdiccional en materia electoral (de existir) o los tribunales de justicia civil y/o penal.

Fuente: Cuadro elaborado por Vladimir Sosa Rivas y Cintia Smith Pusseto presentado en su ensayo "Análisis comparado sobre la regulación de campañas negativas. Sistemas Regulados y Autorregulados en el año 2011.

1.3.1. La Regulación de medios de comunicación como modelo de comunicación política electoral en América Latina

La exigencia de medios de comunicación que presenten información que permita la toma de decisiones en asuntos públicos como es la elección de sus autoridades es de orden mundial. El Proyecto ACE²⁶, presenta argumentos para la regulación, de diversos temas, pero enfatiza en el caso de los medios de comunicación.

En virtud del papel tan importante que juegan los medios de comunicación en el proceso electoral, uno de los asuntos que debe de estar en un lugar prioritario de la agenda de cualquier organismo electoral es el relativo a su regulación. El organismo electoral debe considerar la redacción de lineamientos, reglas o regulaciones que fijen claramente las responsabilidades de los emisores, editores, candidatos, representantes y partidos políticos en relación a los medios. (Network, 2008)

Este organismo internacional, sugiere a los involucrados en el tema, autoridades y académicos, que se consideren para la regulación de los medios de comunicación algunos aspectos como “trabajar con periodistas y directivos de medios electrónicos para convenir un código de prácticas de campaña, supervisar la distribución de acceso libre y pagado a los medios, asegurar la observancia de las reglas relativas al uso de publicidad política pagada; recibir quejas sobre esta materia; identificar infracciones a la ley electoral por parte de los medios; monitorear irregularidades en la cobertura editorial de las elecciones e identificar casos claros de parcialidad y resolver alegatos de imparcialidad y tomar las acciones procedentes contra los infractores”. (Network, 2008)

En consonancia con esta tendencia en México y América Latina, las legislaciones electorales contemplan la regulación de la participación de los medios de comunicación en los procesos electorales para responder a la creciente demanda de equidad en las elecciones por parte de los actores políticos en esta región.

¹⁸ Project ACE es la Red Internacional de Conocimiento Electoral patrocinado por el International Institute for Democracy and Electoral Assistance; Democracy at Large, EISA, organización surgida de la Declaración de Johannesburgo, Elecciones Canadá, Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas y el IFE para el estudio de procesos electorales a nivel mundial. En ella, convergen profesionales y académicos que forman parte de estos organismos para el intercambio de experiencias e investigaciones.

La compilación de Daniel Zovatto titulada la Regulación de los Partidos en América Latina es un trabajo que auspició la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral; que se imprimió en el año 2006 (previa a la reforma electoral mexicana 2007, de la que posteriormente se entrará a su descripción), se convirtió en texto de consulta.

La investigación concentra lecturas comparadas sobre las reformas electorales y la evolución de las mismas contenidas en las constituciones políticas y sus leyes secundarias hasta el año 2005 y en la que participaron 22 analistas nacionales de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

El análisis comparado de la regulación jurídica de los partidos políticos coordinado por Zovatto aborda desde la mención histórica de las constituciones políticas hasta la existencia y funcionamiento de los partidos políticos como: su ubicación dentro de la legislación, poderes u órganos del Estado que intervienen en su actividad, formación, estructura interna, democracia interna, normas sobre enfoque de género y otros grupos, financiamiento, coaliciones, alianzas y fusiones, candidaturas independientes y transfuguismo político.

Un apartado está dedicado a la Regulación del acceso a los partidos políticos a los medios de comunicación en los que prevalece la compra-venta de espacios publicitarios, dentro y fuera del periodo de elecciones, exceptuándose en los casos de Brasil y Chile.

El acceso de los partidos políticos a los medios electrónicos de comunicación en América Latina puede verse como un continuum, compuesto por diversas modalidades, que Rial, resume de la siguiente manera:

Franja electoral gratuita y franja para expresión del pensamiento partidario en tiempo interelectoral. Única forma de propaganda permitida. Se prohíbe el pago de espacios a fuerzas políticas. Puede ser en televisión y también en radio, o únicamente en algunos de esos medios. Esto sólo se da en Brasil y Chile.

Combinación entre uso de franjas reguladas públicamente y libertad de contratación en un esquema de tres niveles:

1) Franja electoral en medios estatales y privados, más posibilidad de contratar espacios privadamente. En algunos países también hay franjas fuera del periodo electoral (Argentina, Colombia, México, Paraguay y Perú).

La regulación de los medios de comunicación en México



2) Franja en espacio estatal, más posibilidad de contratar espacios en medios privados. En todos los casos la franja estatal es prácticamente irrelevante y en algunos casos inexistente. La contratación de publicidad privada suele no tener límites (Bolivia, El Salvador, Guatemala, Panamá, República Dominicana y Uruguay).

3) Libertad de contratación de tiempo en radio y televisión (Costa Rica, Ecuador, Honduras, Nicaragua y Venezuela). (Zovatto, 2008)

De lo antes expuesto, Zovatto establece que en América Latina prevalece el otorgamiento de financiamiento público a los partidos políticos destinados a la propaganda electoral sobre los espacios gratuitos, independientemente si se tratan de medios de comunicación públicos o privados; reflexionando sobre si legislar servirá para amortizar los efectos que esta condición produce en cuanto a la equidad electoral y el control de los gastos electorales.

En esta parte de sus conclusiones, Zovatto expone que en México como en Brasil, Colombia, Panamá y Perú, el acceso a los medios de comunicación, en sus legislaciones tiene carácter de permanente.

En otra de las observaciones efectuadas por la compilación de Zovatto confirma lo que ya se expresó anteriormente sobre la relación que existe entre medios y democracia, al converger los principios a los que denomina básicos: la equidad y el derecho a la información. La equidad vista como la igualdad de oportunidad que deben tener los partidos políticos para la exposición de sus candidatos y propuestas y el derecho de los ciudadanos de contar con información que le permita una elección razonada.

Zovatto establece, como una de las causas para el acceso igualitario a los medios de comunicación, a los intereses de orden económico y político a los que responden, "... con frecuencia los dueños y administradores de los medios se encuentran vinculados a poderosos grupos económicos y políticos; incluso en los medios de propiedad colectiva es común que los que controlan las acciones tengan intereses específicos que promover o defender, que los hagan privilegiar o brindar mayores espacios o tiempos a los grupos políticos que, manifiesta o veladamente, representen dichos intereses". (Zovatto, 2008)

En este tema, la investigación de Zovatto concluye con las similitudes que guardan las legislaciones de América Latina en cuanto al acceso a los medios de comunicación, en las que predomina una combinación entre el acceso gratuito y el privado.

De estos modelos destaca que en el caso de los espacios gratuitos, las televisoras y radiodifusoras de naturaleza estatal, carecen de audiencia; por lo que los partidos políticos se ven obligados a optar por la contratación de publicidad, que en el mejor de los escenarios, compra quien dispone de mayor recurso económico, que por cierto proviene del financiamiento público, y que en ocasiones, es insuficiente.

Además, que los gastos de producción de los materiales audiovisuales; así como la consulta de profesionales de la publicidad corren a cuenta de los partidos políticos y con los recursos económicos con los que cuentan, se dificulta la competencia por la audiencia.

Por otra parte, Zovatto, señala en atención a los intereses económicos y políticos a los que se encuentran relacionados los medios de comunicación anteriormente descritos, "el tratamiento de la noticia en programas políticos y en noticieros tiene, en algunos casos, un sesgo a favor o en contra de determinados partidos o candidatos". (Zovatto, 2008) En este rubro, afirma que sólo México contaba con "los organismos electorales para llevar a cabo un seguimiento y control, efectivos de la propaganda política y la comunicación social". (Zovatto, 2008).

Otro efecto que es analizado por Zovatto, consiste en que las nuevas tecnologías como el internet, que persiste sin regulación, que genera desigualdad en la competencia electoral, debido a que los partidos políticos y candidatos con mayores recursos estén en la capacidad de usar esta modalidad.

Finalmente, Zovatto, luego del mencionado análisis, deja una contradicción, un reto y una propuesta. La contradicción, al considerar que para resolver esta relación del acceso a los medios de comunicación como un tema sin consenso sobre cuál es la mejor opción; al reconocer la mayor participación y los altos costos que generan las campañas políticas en los medios de comunicación, en particular en la televisión, ya que "los medios desempeñan un papel central en la fiscalización de la conducta de los funcionarios públicos, pero, son la razón principal de que los partidos necesiten

grandes sumas de dinero para llevar a cabo sus campañas electorales”. (Zovatto, 2008)

El reto es dilucidar, si es la regulación la solución, indistintamente de que se decida dar prioridad a la contratación o los espacios gratuitos para el acceso igualitario a los medios de comunicación, pues hasta el año 2005 la única certeza era que estos modelos favorecieron la convivencia y la tolerancia del sistema político y marcaron una tendencia a la baja de la corrupción ligada a la actividad política. La propuesta consiste en que los partidos políticos hagan uso de los medios de comunicación positivamente a favor de ellos mismos y del fortalecimiento de la democracia.

1.3.2. La Regulación de medios de comunicación como modelo de comunicación política electoral en México

Las reformas electorales en México se consideran inacabadas y en constante evolución a la realidad social. Para el año 2010 luego de la Reforma Electoral 2007, de la que abundará en el siguiente apartado, la Sexagésima Legislatura elaboró mediante el Comité del Centro de Estudios Sociales y de la Opinión Pública un documento en el que se describió la línea de tiempo de las reformas electorales en México y en la que se inscribe la regulación de los medios de comunicación. (Moreno, 2010)

De este trabajo, se efectúa el siguiente delineado al retomar los datos de los investigadores que comentan que la primera reforma electoral en México tiene sus inicios en la promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el año de 1917, cuando se plasmó en ella, las ideas de los ciudadanos que participaron en el movimiento social conocido históricamente como la Revolución Mexicana de 1910.

A partir de este texto se han hecho modificaciones hasta a la fecha, sin embargo para los fines de este punto, se revisan los cambios efectuados por las legislaturas mexicanas hasta antes de la Reforma Electoral del año 2007.

Las primeras reformas electorales se dieron como el primer asentamiento a la vida democrática en México en el año 1947 cuando se eliminó la reelección de autoridades municipales y el segundo gran cambio se gestó en 1953 cuando se le otorgó el derecho al voto a la mujer.

La reforma electoral de 1964 permitió la presencia de diputados de un partido diferente al del Presidente de la República, pero fue hasta el 30 de diciembre de 1977 que se promulgó la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE). La reforma electoral introdujo el concepto de la Representación Proporcional en el Poder Legislativo, es decir, ofreció a los partidos de oposición oportunidades de participación.

Fue en este momento cuando el país se dividió geográficamente en cinco circunscripciones electorales, en la que se escogían a 20 diputados, dependiendo del nivel de votación de los partidos políticos en la elección dando así acceso al Poder Legislativo a 100 representantes más. La reforma amplió a 300 diputados por el Principio de Mayoría Relativa que aunado a los antes mencionados, la Cámara se constituyó entonces por 400 legisladores

En esta reforma se regula el acceso a los medios de comunicación, al inscribirse en el apartado B del artículo 41 constitucional, en su cuarto párrafo que: “Los partidos políticos tendrán derecho al uso en forma permanente a los medios de comunicación social, de acuerdo con las formas y procedimientos que establece la ley.” (Mcgregor, 1978) En su momento el nuevo ordenamiento fue calificado como de vanguardista al reconocer el Derecho de Información.

Podemos afirmar que este párrafo está en relación con la reforma al artículo sexto que estableció el Derecho a la Información, ya que una parte de ésta es la información política a la cual indudablemente pueden y deben contribuir los partidos políticos.

El artículo 39 de la Ley Federal Electoral de 1973 señalaba una serie de prerrogativas a tales partidos, y en la fracción III, se les dio acceso a la radio y la televisión durante los periodos de las campañas electorales, conforme a las reglas que la propia ley fija. La actual disposición constitucional es mejor, porque no restringe el uso de los medios masivos de comunicación a los procesos electorales, sino que lo permite durante todo el año, con lo que se contribuirá a la educación política y a la información del pueblo. (Mcgregor, 1978)

En 1986, otra reforma a la Constitución generó la figura del Código Federal Electoral en el que se estableció una regulación para la inscripción de nuevos partidos

La regulación de los medios de comunicación en México



políticos. “El sistema combinó 300 curules de mayoría con los de representación proporcional, que aumentaron de 100 a 200, de manera que el número de diputados pasó de 400 a 500, elevando a su vez su importancia conceptual sobre el número total de diputados de la cámara (de 25% anteriormente, a 40% con las nuevas reformas). Sin embargo, como una manera de contrarrestar la ampliación de la Cámara, la nueva ley permitió al partido mayoritario obtener curules de representación proporcional a fin de lograr una mayoría absoluta, en el caso de no lograrla mediante votos o asientos”. (Moreno, 2010)

Pero para mantener el control parlamentario por parte del partido gobernante estableció la intervención del partido mayoritario en la repartición de diputados de representación proporcional e incluyó el concepto de "cláusula de gobernabilidad", que a su vez, le aseguraba la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados.

En 1990, motivada por el descontento social a consecuencia de los resultados electorales, se efectuaron cambios al texto constitucional que derivaron en la abrogación del anterior Código Federal Electoral y de la Comisión Federal Electoral para dar entrada al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y la creación del Instituto Federal Electoral.

Del control del Estado para la organización de las elecciones se pasó a la ciudadanización a través de un organismo público y autónomo; que lo abasteció de una estructura administrativa responsable de la parte operativa en la organización de los procesos electorales.

En la reforma electoral de 1993, se reforzó la independencia administrativa del recién creado IFE, se pusieron límites a los gastos de campaña, mutó el método para seleccionar a los funcionarios de casilla, se legisló sobre la secrecía del voto durante la jornada y la confianza en el conteo y validación de los votos. Asimismo, aparece la figura de los observadores electorales.

La reforma electoral de 1996, precisó la estructura del Consejo General del IFE eliminando la representación del Poder Ejecutivo en el mismo, en tanto que los del Poder Legislativo perdieron su derecho a voto permaneciendo solo con voz al igual

que los partidos políticos. Se ampliaron las facultades de los consejeros ciudadanos para la designación de directivos de la parte administrativa; así como la instalación de Comisiones que facilitarían la supervisión del desempeño de los mismos y se instituye el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

En esta reforma se puso un límite a la sobrerrepresentación en la Cámara, por lo que no se pueden tener más del 8 por ciento de diputados electos respecto de los votos obtenidos por el partido, ni más de 300 lugares por la vía de la Representación Proporcional. Además, se reguló el financiamiento público a los partidos políticos, los gastos de campaña y el acceso a los medios de comunicación.

Durante este mismo periodo hubo reformas electorales en la que se previó la presencia de los medios de comunicación en los procesos electorales, la regulación de éstos inició en el año de 1973 y las subsecuentes adecuaciones a la norma se dieron hasta el año 1997, que se resumen de la siguiente manera:

Año	Reforma	Regulación
1973	Constitución y Ley Federal Electoral	Acceso gratuito a radio y televisión para difundir masivamente programas y plataformas electorales en campañas electorales. Se autorizaron 10 minutos de tiempo del Estado cada quince días.
1977	Constitución y Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales	Acceso a la radio y la televisión de manera permanente y en tiempo electoral, se incrementarán los tiempos de transmisión.
1987	Código Federal Electoral	Acceso a la radio y la televisión permanente en 15 minutos mensuales y en tiempo electoral se incrementará.
1990	Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales	Acceso a la radio y la televisión permanente e incremento en el tiempo de transmisión. En el tiempo electoral será de forma proporcional a la fuerza electoral y la mitad de éste, será para la difusión de plataformas electorales.
1993	Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales	Se establece como derecho exclusivo de los partidos políticos el contratar publicidad en medios de comunicación para la obtención del voto en periodos de campañas electorales.
1997	Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales	Aparecen los Lineamientos Generales aplicables en los noticiarios respecto de la información o difusión de las actividades de campaña electoral de los partidos políticos

Fuente: Elaboración propia con los datos el Comité del Centro de Estudios Sociales y de la Opinión Pública. (Moreno, 2010)

Las últimas reformas electorales de los años 1993 y 1997 prevalecieron para la organización de los procesos electorales en México para la elecciones presidenciales de los años 2000 y 2006; así como de las intermedias para la renovación de la Cámara de Diputados y Senadores del año 2003; ordenamientos legales a los que se sujetaron también, con sus particulares textos constitucionales y electorales en las entidades federativas que conforman la República Mexicana; que si bien dotó de confiabilidad a la ciudadanización de los órganos electorales, propiciaron la participación ciudadana y se dio la alternancia política, hubo una demanda por adecuarlo.

1.3.3. La regulación de los medios de comunicación como modelo de comunicación política en Tabasco

La regulación de los medios de comunicación en Tabasco previo a la Reforma del 2007, se encontraba en los mismos términos que en la legislación federal, señalados en el Título Tercero dedicado a las prerrogativas de los partidos políticos, capítulo segundo dedicado al acceso a los medios de comunicación. La regulación consistía en tan sólo 3 artículos.

Básicamente se establecía la libertad en contenidos de los programas, sujetándose solamente a la limitación de los ataques personales y la conidición, que aún persiste a la fecha, de usar los medios de comunicación para la difusión de plataformas electorales y programas de acción.

La obligatoriedad de poner los tiempos de radio y televisión, de los medios bajo la tutela del gobierno del estado, 15 minutos y hasta 30, para los periodos electorales; pero por otra parte, expresaba los mecanismos para la compra de espacios publicitarios mediante la supervisión de la autoridad electoral, responsable de elaborar catálogos con precios y disposiciones de horarios de transmisión.

Los partidos políticos debían contratar y reportar ante la autoridad, cuántos y qué espacios emplearían en radio y televisión, máxime cuando, la propia ley comicial,

ordenaba en el derogado Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del estado de Tabasco que: cada partido político deberá destinar el 50 por ciento de las erogaciones que realice para propaganda en radio y televisión en programas para la difusión de su plataforma electoral, la promoción de sus candidatos; así como el análisis de los temas de interés estatal y su posición ante ellos (Tabasco I. E., 2006, pág. 256)

En materia de cobertura informativa, de igual forma, la autoridad electoral estaba facultada como lo está a la fecha, al menos en el ámbito nacional, a emitir con el consenso de los periodistas, lineamientos generales para la transmisión de noticias.

1.4. Democracia

En la actualidad, se entiende que la democracia es un sistema que permite organizar un conjunto de individuos, en el cual el poder no radica en una sola persona sino que se distribuye entre todos los ciudadanos. Tiene una estructura horizontal porque el pueblo tiene el poder, aunque a simple vista sea gobernado por una persona política. (Durán, 2012)

En la era moderna, el Estado, entendiendo esto como el conjunto de leyes e instituciones para ejercer el Poder Público, fue el concepto acuñado por Charles-Louis de Secodant, Barón de Montesquieu, filósofo francés, uno de los ideólogos identificado con la Revolución Francesa.

Según Montesquieu, en su libro “El Espíritu de las Leyes”, cuando se logra la convivencia humana es necesario depositar la toma de decisiones en una sola persona o entidad, así es como nace el Poder Público. Esto se resume en la afirmación: “Sin un gobierno es imposible que subsista ninguna sociedad”. (Secondant, 1748)

Entre las formas de gobierno que distingue Montesquieu, establece la de los gobiernos republicanos y democráticos vigentes a la fecha. Para ser efectiva esa máxima también señala que la elección de los depositarios del ejercicio del Poder Público debe ser a través del voto público. Pero, advierte que cuando el depositario del Poder Público cae en el incumplimiento de las Leyes, el gobierno tiende a desaparecer.

La regulación de los medios de comunicación en México



En ese contexto, este clásico prevé la instauración de instituciones y/o organismos a través de los cuales se deben desempeñar el Poder Público. En ese orden ideas, apuntó que es necesario que todo esté previsto y legislado, al momento que ofrece el concepto de Democracia vigente.

Cuando en la república, el poder soberano reside en el pueblo entero, es una democracia. Cuando el poder soberano está en manos de una parte del pueblo, es una aristocracia. El pueblo, en la democracia, es en ciertos conceptos el monarca; en otros conceptos es el súbdito.

No puede ser monarca más que por sus votos; los sufragios que emite expresan lo que quiere. La voluntad del soberano es soberana. Las leyes que establecen el derecho de sufragio son pues fundamentales en esta forma de gobierno.

Porque, es efecto, es tan importante determinar como, por quién y a quién se ha de dar los votos, como lo es en una monarquía saber quién es el monarca y de qué manera debe gobernar. (Secondant, 1748)

Los efectos útiles de la exposición de este pensador, se tradujo en la definición que la Declaración del Hombre y del Ciudadano del año de 1789, en la que se establece que el gobierno proviene de la Nación, es decir, la autoridad que se confiere a un individuo para que ejerza el Poder Público.

Artículo 3o.- El origen de toda soberanía reside esencialmente en la Nación. Ningún órgano, ni ningún individuo pueden ejercer autoridad que no emane expresamente de ella. (Francesa, 1789)

Dos siglos después, la Democracia confirmó su titularidad como Derecho Humano Universal, al estipularse como la voluntad del pueblo como la fuente de la autoridad del Poder Público, como se percibe en el artículo 21 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos; adoptada y proclamada por la Resolución de la Asamblea General 217 A (III) del 10 de diciembre de 1948.

Artículo 21

Toda persona tiene derecho a participar en el gobierno de su país, directamente o por medio de representantes libremente escogidos.

Toda persona tiene el derecho de acceso, en condiciones de igualdad, a las funciones públicas de su país.

La voluntad del pueblo es la base de la autoridad del poder público, esta voluntad se expresará mediante elecciones auténticas que habrán de celebrarse periódicamente, por sufragio universal e igual y por voto secreto u otro procedimiento equivalente que garantice la libertad del voto.

(www.cinu.onu.mx, 1948)

A partir del mismo, la tendencia a establecer gobiernos democráticos prosiguió mediante la promoción de acuerdos como el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos Resolución 2200 A (XXI) de la ONU del 16 de diciembre de 1966, en su artículo 25, inciso b), aunque la entrada en vigor se demoró 10 años, hasta el 23 de marzo de 1976 (A/RES/2200 A (XXI), 1966) y la Convención Americana de Derechos Humanos en su artículo 23, inciso b) pronunciamiento que se hizo el 22 de noviembre de 1969 conocido también como el Pacto de San José (Costa Rica).

b) de votar y ser elegidos en elecciones periódicas auténticas, realizadas por sufragio universal e igual y por voto secreto que garantice la libre expresión de la voluntad de los electores... (Americanos, 1969)

De tal manera que la Democracia es la adopción de un sistema de gobierno para el ejercicio del Poder Público sostenido por la Nación; cuya acción está delimitada por el conjunto de leyes e instituciones (Estado), que deben responder a las declaraciones de derechos humanos universales vigentes.

1.4.1. Democracia en México

Del concepto de nación anteriormente previsto, México se define como la nación mexicana es única e indivisible en la que se reconocen los derechos humanos y los tratados internacionales, que se ve a sí misma con una composición pluricultural por la basta presencia de etnias indígenas con sus usos y costumbres; a las que se les garantiza acciones para su inclusión y no la discriminación.

La nación asume como su forma la república mexicana federativa compuesta por 31 estados y un Distrito Federal, en este último residen las sedes de los Poderes Públicos Federales. Su forma de gobierno es la democracia representativa y deliberativa como se citaba en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Artículo 39. La soberanía nacional reside esencial y originariamente en el pueblo. Todo poder público dimana del pueblo y se instituye para beneficio de éste. El pueblo tiene en todo tiempo el inalienable derecho de alterar o modificar la forma de su gobierno.

Artículo 40. Es voluntad del pueblo mexicano constituirse en una República representativa, democrática, laica, federal, compuesta de Estados libres y soberanos en todo lo concerniente a su régimen interior; pero unidos en una federación establecida según los principios de esta ley fundamental. (Unión H. C., Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2014, pág. 46)

El Estado mexicano para su funcionamiento establece la división de Poderes, de tal manera que, para el ejercicio de sus funciones y atribuciones se reconocen las figuras del Ejecutivo²⁷; representado a nivel federal por el Presidente de la República; el Legislativo²⁸ compuesto por las Cámaras de Senadores y Diputados²⁹ y el Judicial cuya titularidad descansa en la Suprema Corte de Justicia de la Nación y otros Juzgados³⁰. La misma estructura se reproduce en las entidades federativas. Excepto porque en los estados, sólo hay Cámara de Diputados.

Para el acceso al Poder Público y el nombramiento de sus representantes, en el artículo 41 de la Constitución se establece el ordenamiento de celebrar elecciones que deben responder a las características de: libres, auténticas y periódicas, y precisa

²⁷ **Artículo 80.** Se deposita el ejercicio del Supremo Poder Ejecutivo de la Unión en un solo individuo, que se denominará "Presidente de los Estados Unidos Mexicanos". <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf> Consultado el 6 de marzo de 2013.

²⁸ **Artículo 50.** El poder legislativo de los Estados Unidos Mexicanos se deposita en un Congreso general, que se dividirá en dos Cámaras, una de diputados y otra de senadores.

Artículo 51. La Cámara de Diputados se compondrá de representantes de la Nación, electos en su totalidad cada tres años. Por cada diputado propietario, se elegirá un suplente.

Artículo 52. La Cámara de Diputados estará integrada por 300 diputados electos según el principio de votación mayoritaria relativa, mediante el sistema de distritos electorales uninominales, y 200 diputados que serán electos según el principio de representación proporcional, mediante el Sistema de Listas Regionales, votadas en circunscripciones plurinominales.

Artículo 56. La Cámara de Senadores se integrará por ciento veintiocho senadores, de los cuales, en cada Estado y en el Distrito Federal, dos serán elegidos según el principio de votación mayoritaria relativa y uno será asignado a la primera minoría. Para estos efectos, los partidos políticos deberán registrar una lista con dos fórmulas de candidatos. La senaduría de primera minoría le será asignada a la fórmula de candidatos que encabece la lista del partido político que, por sí mismo, haya ocupado el segundo lugar en número de votos en la entidad de que se trate. Los treinta y dos senadores restantes serán elegidos según el principio de representación proporcional, mediante el sistema de listas votadas en una sola circunscripción plurinominal nacional. La ley establecerá las reglas y fórmulas para estos efectos. La Cámara de Senadores se renovará en su totalidad cada seis años. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf> Consultado el 6 de marzo de 2013.

²⁹ Democracia Representativa y Deliberativa debido a que los diputados y senadores electos y constituidos en el Congreso de la Unión, cada uno representa a un número de mexicanos; y investidos de esa representación son los encargados de proponer y debatir las iniciativas de ley.

³⁰ **Artículo 94.** Se deposita el ejercicio del Poder Judicial de la Federación en una Suprema Corte de Justicia, en un Tribunal Electoral, en Tribunales Colegiados y Unitarios de Circuito y en Juzgados de Distrito. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf> Consultado el 6 de marzo de 2013.

que, la forma de los ciudadanos mexicanos para participar de estas elecciones son a través de los partidos políticos, que son concebidos como entes de interés público, y que constituye la base del sistema electoral mexicano; dicando las bases generales de la actuación de las autoridades administrativas electorales y los partidos políticos.

En México, el gobierno es una república representativa -como ya se mencionó en las motivaciones de los estudios del PNUD-, cuya forma de acceder a la autoridad es mediante la emisión del sufragio; por lo que se considera que vive en democracia.

1.4.2. Calidad de la Democracia en México

En América Latina, México y el Caribe, los estudios sobre la Construcción de la Ciudadanía y la Calidad de la Democracia como estándares internacionales que son promovidos desde organismos como la ONU, a través del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Desde el año 2008, inició una serie de reflexiones entre estudiosos de las teorías políticas de la Unión Europea, el CIDE³¹, el Colegio de México; a fin de hacer aportaciones para establecer visiones sobre cómo mejorar la democracia, toda vez, que en esta región, la instauración de la democracia como sistema de gobierno es una realidad. (PNUD, 2008)

El planteamiento sobre la Calidad de la Democracia analizó sobre la relación entre: estado, democracia, ciudadanía y economía. El ejercicio hecho por especialistas en la materia establece que es insuficiente con sólo tener Estados democráticos, ahora la perspectiva es, estudiar qué tipo de democracia existe, y a partir de ello, cómo mejorarla.

En la actualidad, uno de los obstáculos fundamentales para el afianzamiento de la democracia, sobre todo en México, es la debilidad del Estado de Derecho y en particular la carencia de una cultura de la legalidad. A este respecto, es necesario analizar por qué no funciona el sistema legal y considerar que la falta de un sistema jurídico funcional no está relacionada, necesariamente, con insuficiencias en el aparato

³¹ El CIDE es un centro de investigación y educación superior especializado en ciencias sociales, orientado por estándares internacionales de calidad y financiado con recursos públicos. El objetivo central del CIDE es contribuir al desarrollo del país a través de la generación de conocimiento riguroso y relevante, así como de la formación de una nueva generación de líderes capaces de desempeñarse con creatividad y responsabilidad en un mundo abierto y competitivo. <http://www.cide.edu/presentacion.htm> Consultado el 12 de octubre de 2012.

La regulación de los medios de comunicación en México



coercitivo, sino con la carencia de una cultura de la legalidad. Por ello, un reto fundamental es analizar cómo desarrollar esa cultura. (PNUD, 2008)

Una valoración de la Calidad de la Democracia estriba en el Grado de la Decisión Electoral, cuando los resultados de la elección a los cargos públicos provienen de un voto informado, libre y respetuoso de los derechos civiles y políticos.

La calidad de la democracia depende directamente en la medida en que los ciudadanos alcancen el mayor y más igualitario nivel de información posible, lo que Dahl (1998:97) denomina *enlightened understanding* (comprensión ilustrada). Si la igualdad política formal (cada persona un voto) es un requisito mínimo de la democracia, la igualdad política sustantiva, uno de cuyos componentes principales es la distribución de recursos cognitivos entre la población, es un indicador de la calidad de la democracia dada su vinculación directa con uno de sus elementos cruciales: la medida en que el electorado pueda tomar decisiones políticas informadas (Dahl, 1998:97). La inclusión de esta dimensión, y del nivel de información como uno de sus elementos, incorpora dentro de nuestro análisis un aspecto de la igualdad política que va más allá de los requisitos procesales mínimos, y que se constituye entonces en un factor del nivel de la calidad de la democracia. Mientras más igualitaria y más abundante sea la distribución de recursos cognitivos tales como educación e información, más probable será que las decisiones políticas de los ciudadanos estén acordes con sus intereses, también será más probable que los ciudadanos estén en capacidad de tomar esas condiciones conociendo sus consecuencias potenciales, de modo que estos recursos son determinantes para que los ciudadanos pueda tomar una decisión política informada, y por lo tanto también para la calidad de la democracia. (Molina, 2007)

En la medida en que el electorado pueda tomar decisiones informadas mediante un mayor y más igualitario nivel de información posible, es decir recursos cognitivos, como se acaba de referir en el supuesto de Levine y Molina, se abona a la Calidad de la Democracia; luego entonces, para conocer si existen los cimientos para el acceso a éstos, se puede recurrir la propuesta de Mónica Duhem.

Estado de Derecho y Competencia, son unidades de medida propuestos por Duhem en el año 2006 para evaluar la Calidad de la Democracia. El primero, habla de la existencia de sistemas legales que defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. La autora asegura en este sentido que “un desarrollado

estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos”.
(Duhem, 2006)

El segundo se refiere a la celebración de elecciones regulares competitivas dependiendo de la actividad partidista, en la que haya igualdad de oportunidades para el acceso a los medios de comunicación y al financiamiento público, “está ligada a la responsabilidad ya que la institución que asegura elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral”. (Duhem, 2006)

Tabla I		
Principales dimensiones para medir la calidad de la democracia		
Dimensión	Objetivo	Relación con el sistema
Estado de Derecho	Los sistemas legales difunden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos.	Un estado de derecho débil por consecuencia un baja en la participación.
Participación	Una buena democracia es aquella donde sus ciudadanos y a través de su participación influyen en el proceso de toma de decisiones.	La participación está ligada a la igualdad política
Competencia	El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones.	La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación a financiamiento y está íntimamente ligada con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegura elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.
Rendición de cuentas vertical	Es la obligación de los gobernantes de responder sobre sus políticas públicas a los votantes e instituciones constitucionales,	Competencia electoral y participación son elementos cruciales de la rendición de cuentas vertical ya que ésta va de abajo hacia arriba.
Rendición de cuentas horizontal	Es la obligación de los gobernantes de responder a los demás burócratas y a las instituciones del estado que poseen facultad para monitorear su desempeño.	Una rendición de cuentas horizontal está ligada al estado de derecho.
Libertad	Tiene que ver con los derechos políticos, civiles y sociales.	Los derechos civiles son un requerimiento necesario para lograr participación, rendición de cuentas horizontal, estado de derecho, etc.
Igualdad	Una buena democracia debe asegurar que todos sus ciudadanos sean considerados iguales con los mismos derechos y protección	Las condiciones de igualdad se logran a través de inversión pública que asegura niveles similares de oportunidades, salud,

	legal.	educación, etc. por lo que se requiere de una efectiva rendición de cuenta horizontal.
Reciprocidad	Reciprocidad es parecido a rendición de cuentas vertical e influye el grado de satisfacción de los ciudadanos con el desempeño de la democracia. Un gobierno democrático es recíproco cuando sus políticas responden a lo que los ciudadanos esperan.	Las condiciones relacionadas con la reciprocidad son parecidas a la rendición de cuentas vertical y tiene que ver con una desarrollada sociedad civilizada; así como un sistema de partidos funcional.

Fuente: Cuadro elaborado por la investigadora Mónica Duhem. (Duhem, 2006)

En consecuencia, la Calidad de la Democracia como el conjunto de investigaciones promovidas en México a instancias de organismos internacionales como la ONU, abre la posibilidad de conocer el Grado de Decisión Electoral, comprendiendo esto como elecciones con base en un voto informado.

Capítulo II. La Comunicación Política en México: Condiciones para la Reforma 2007

2. La Comunicación Política en México: 2000-2006

Los medios de comunicación se insertan como reproductores de los discursos del sistema político, en palabras del primer Presidente del Consejo General del Instituto Federal Electoral ³² en México, José Wondelberg Karakowsky, en el ensayo Consolidación Democrática y Medios de Comunicación publicado en el año 2003, hacia el final de su encomienda, esta situación se percibe, desde su experiencia, de la siguiente manera:

En las sociedades modernas, la política y el ejercicio de la democracia son inconcebibles sin el concurso de los medios de comunicación, pero la revolución en las comunicaciones ocurrida en la era de la globalización nos obliga a revalorar de nuevo el vínculo existente entre información y política, a redefinir en términos productivos el modo como se ejerce la libertad de expresión y, en general, el derecho a la información. No es un secreto tampoco que en la actualidad la actividad política se encuentra cada vez más condicionada por el uso de los instrumentos y lenguajes mediáticos que ahora tiene a su disposición. En realidad, se puede afirmar que no hay política de masas (es decir, política moderna) sin medios de comunicación, pero también es posible afirmar en sentido opuesto que no hay comunicación de masas que no tenga que ver de alguna manera con la política. Es esa situación la que obliga a buscar nuevas articulaciones entre lo que sería, por llamarlo de alguna manera, el poder deseable de los medios y las instituciones de la democracia. (Karakowski, 2003)

³² El Instituto Federal Electoral es el organismo público autónomo responsable de cumplir con la función del Estado de organizar las elecciones federales, es decir las referentes a la elección de Presidente de la República y de los Diputados y Senadores que integran el Congreso de la Unión. [...] El Instituto Federal Electoral es un organismo de carácter permanente e independiente en sus decisiones y funcionamiento, cuenta con personalidad jurídica y patrimonio propios. En su integración participan el Poder Legislativo, Partidos Políticos Nacionales y Ciudadanos. Para el desempeño de sus funciones, cuenta con un cuerpo de funcionarios integrados en un Servicio Profesional Electoral y en una rama administrativa. Su sede central está ubicada en el Distrito Federal y ejerce sus funciones en todo el territorio nacional con 32 delegaciones, una en cada Estado y 300 subdelegaciones, una en cada distrito electoral uninominal. http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Acerca_del_IFE/ Portal de internet del IFE. Consultado el 19 de julio de 2012. Cambió de nomenclatura en el año 2014, ahora se llama, Instituto Nacional Electoral.

Esta asociación entre medios de comunicación y democracia es compartida por diversos investigadores de los medios de comunicación como Omar Raúl Martínez, ex Presidente de la Fundación Manuel Buendía y Director de la Revista Mexicana de Comunicación, en el artículo “Leyes, Medios y Democracia”.

La democracia implica la expresión de la pluralidad social y política, de lo contrario su existencia es una falacia. Y los canales de expresión fundamentales lo constituyen, hoy día, los medios de comunicación: prensa, radio, televisión y, eventualmente, cine, video e Internet. He allí el engarce obligado. Y si los medios a sí mismos se conciben como interlocutores político-sociales, como foros de difusión e intercambio de opiniones e ideas, y como vehículos de lo que ocurre y se piensa en la sociedad, es entonces que por antonomasia entrecruzan su sendero con la democracia. (Martínez O. R., 2003)

La democracia precisa un sistema de información a sus ciudadanos que proporcione, entre otros aspectos: el acceso a información de calidad, así lo afirma José Manuel Pablos de Coello.

Los ciudadanos en democracia necesitan periodismo de calidad, información que les permita conocer con veracidad lo que hacen sus ‘encargados de la cosa pública’, las personas en las que han delegado el gobierno...Lo único que necesitan los ciudadanos es saber dónde está la información veraz. (Martín, 2004)

Pero además, de esta intermediación, los medios de comunicación proveen de influencia en las audiencias, las primeras posiciones al respecto relata la investigadora Liliana Gutiérrez Cobá, son las teorías del *gatekeeping* y *newsmaking*, cuya propuesta teórica consistió en delinear los criterios de noticiabilidad que hacen llamativo un hecho para los medios de comunicación, y la forma en que se construye la noticia que va a ser publicada.

El periodismo es un servicio de interés público, porque el sistema democrático se sostiene en él, a través de la información que reciben las audiencias en los productos periodísticos, en cuya elaboración se han dado una serie de procesos y rutinas que dependen de la estructura de la empresa periodística y de la formación de los periodistas. (Cobá, 2006)

De lo anterior, se desprende que en la relación comunicación y democracia, representados éstos por los medios de comunicación y las instituciones que detentan el Poder Público, existe un servicio de interés social, marcado por intermediaciones entre éstos y la información que llega a la audiencia; tal información se construye desde los intereses de los medios de comunicación como empresas periodísticas y de los temas de relevancia para los políticos.

Esta información fluye a través de las comunicaciones oficiales proporcionadas por las oficinas responsables que se convierten en fuentes de información que preparan notas informativas, informes, comunicados a través de sus voceros, que "...cuestan dinero y cuanto más dinero, mejor dotado, en recursos humanos y en tecnología. Es obvio. Por eso, sólo pueden surtir información organizada las entidades con mayor poder económico". (Martín, 2004)

De tal manera que para acercarse a esta relación de la comunicación y la democracia, entendiendo esto como la convergencia entre medios de comunicación y políticos; así como las intermediaciones y las influencias que ejercen en la sociedad como público, es conocer y reconocer el propósito y la naturaleza de estos actores.

2.1. Los sujetos del Poder Central en México

La perspectiva de Martín Zermeño en el manual que propuso para la operación de oficinas de comunicación gubernamental, quien asegura que en gobiernos provenientes de procesos democráticos y la vinculación entre medios de comunicación, instituciones y sociedad; la comunicación debe ser continua, proactiva, sana y profesional.

Zermeño está convencido que las instituciones públicas, e incluso las privadas, no subsisten sin un trabajo de comunicación y reconoce en éstos, "un poder central porque recogen la fuerza que supone la opinión pública, porque tienen capacidad para organizar dicha opinión, porque son en consecuencia un instrumento consciente de los agentes sociales, porque al haberse convertido en una industria con peso específico, tienen objetivos económicos y de mercado propios y porque tienen el poder de establecer reglas propias dentro del juego del poder". (Muñoz, 2007)

Los sujetos que participan, en lo que Zermeño llama Poder Central es el público o audiencia, los medios de comunicación y las instituciones que detentan el Poder Público.

2.1.1. El público mexicano y sus hábitos de consumo de información

El público mexicano tiene poco interés en los temas relacionados con la información política, que contribuya al conocimiento para la adopción de actitudes y aptitudes que favorezcan el ejercicio de sus derechos y obligaciones como ciudadanos; más aún cuando se trata de formar opinión pública con relación a la agenda del Poder Público que se ejerce a través de sus leyes e instituciones.

Esta consideración, se planteó en los resultados de la Encuesta Nacional de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas, a cargo de la Secretaría de Gobernación³³; correspondiente al año 2005.

En ese ejercicio, los mexicanos hablaron de sus hábitos de consumo de información y los medios por los cuales tienen conocimiento de los acontecimientos de orden político, al respecto, revelaron que la principal fuente de información en materia política es la televisión; a pesar de haber manifestado que la política es un tema de menor importancia.

Con el objeto de conocer cuáles son las fuentes a las que acuden los ciudadanos con mayor frecuencia para enterarse de la política y evaluar lo que saben sobre la materia, se preguntó a los entrevistados ¿cuál es el medio que más utiliza para informarse de lo que pasa en la política? 62% de los encuestados dijo que la televisión, 17% que la radio y sólo 1 de cada 10 personas (10%) lo hace a través de los periódicos. (Carranza, 2005)

En ese mismo año, otro organismo del gobierno federal, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes³⁴, realizó la Encuesta Nacional de Lectura; documento del que

³³ LEY ORGÁNICA DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL. Diario Oficial de la Federación 29 de diciembre de 1976. Última reforma publicada DOF 14 de junio de 2012. TÍTULO SEGUNDO De la Administración Pública Centralizada. CAPÍTULO II. De la Competencia de las Secretarías de Estado y Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal: Artículo 26.- Para el despacho de los asuntos del orden administrativo, el Poder Ejecutivo de la Unión contará con las siguientes dependencias: Secretaría de Gobernación [...] Artículo 27.- A la Secretaría de Gobernación corresponde el despacho de los siguientes asuntos: [...] XVII. Fomentar el desarrollo político, contribuir al fortalecimiento de las instituciones democráticas; promover la activa participación ciudadana y favorecer las condiciones que permitan la construcción de acuerdos políticos y consensos sociales para que, en los términos de la Constitución y de las leyes, se mantengan las condiciones de gobernabilidad democrática.

³⁴ Conaculta. El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta) fue creado con el fin de coordinar las políticas, organismos y dependencias tanto de carácter cultural como artístico. Asimismo, tiene labores de promoción, apoyo y patrocinio de los eventos que propicien el arte y la cultura. El antecedente inmediato de Conaculta fue la Subsecretaría de Cultura de la Secretaría de Educación Pública sin embargo, a través de un decreto en 1988 se desprende de

La regulación de los medios de comunicación en México



se desprende que en ese momento, sólo un 56 por ciento de los mexicanos dijo haber leído libros y de éstos un 30 por ciento especificó haber leído un libro alguna vez en su vida. (Bermudez, 2006) Aunque a diferencia de la medición entre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas y la Encuesta de Lectura, cerca de un 42 por ciento de los que dicen leer, señalaron consumir periódicos, revistas e historietas.

En cuanto al consumo de periódicos y revistas, predominó el consumo de los diarios nacionales, regionales y de corte deportivo, al alcanzar estimaciones superiores al 50 por ciento, contra una residual lectura, menor a los 10 dígitos, tratándose de publicaciones financieras e institucionales.

De las revistas, en la misma proporción se consumen las relacionadas con los espectáculos, las femeninas con artículos de moda y cocina; versus un marginal consumo de textos científicos, de profesiones y técnicos, finanzas y política. En ambos casos los productos son conseguidos por préstamos a personas cercanas, que en vez comprarlos. Más de 90 por ciento de los mexicanos niega la adquisición de una suscripción a estos medios.

De esta investigación, también se estableció que la lectura se centró en los libros de textos gratuitos que forman parte de la instrucción de los mexicanos, desde la primaria hasta la vida universitaria; ocupando la literatura asociada a la política en los últimos lugares, sólo un 5 por ciento de los participantes que afirmaron haber leído sobre ésta. Dato que se complementa con el hecho de que la temporada de mayor lectura es durante el ciclo escolar, y de hecho, los mexicanos relacionan la palabra lectura como sinónimo de escuela y aprendizaje.

De igual forma, la lectura está asociada a los estratos altos socioeconómicos y a la región del centro hacia el norte de la República Mexicana, en donde se encuentran las

ésta y anexa todas las instituciones, entidades y dependencias de otras secretarías con funciones de carácter cultural. Entre los motivos que generaron su fundación se encuentran su papel en el estímulo y fomento de la creación tanto artística como cultural, garantizando la plena libertad de los creadores. De la misma forma se reconoció que debe alentar las expresiones de distintas regiones y grupos sociales del país para así promover, preservar y enriquecer los bienes artísticos, culturales y patrimonios históricos con los que cuenta la Nación. http://www.conaculta.gob.mx/acerca_de/ Consultado el 5 de marzo de 2013.

entidades federativas en las que existe el mayor desarrollo industrial; infiriéndose que la falta de lectura está ligada con la pobreza.

Las razones comentadas por los mexicanos para la poca lectura, se encuentra en los primeros lugares la falta de tiempo, de gusto por ella y la preferencia por otras actividades recreativas, al momento de solicitárseles una justificación y de atribuir causas a la escasez de lectura, simplemente respondieron que en México no se lee por flojera y falta de hábito; así como no existir programas de promoción para desarrollar el fomento a la lectura.

La población femenina es la que menos lee y los alcances de esta condición, a decir de la investigación en comento, es la relación entre la poca instrucción de la mujer, que es madre de familia y la influencia sobre los integrantes de la misma, en su condicionamiento por prescindir de la lectura.

Lo que confirma esta Encuesta de Lectura y es coincidente con la Cultura Política y Prácticas Ciudadanas es que el principal consumo de información proviene de la televisión, al señalar los mexicanos, un 41 por ciento que, su tiempo libre se lo dedica a este medio. El alto consumo de televisión está asociado a la población femenina y a la región del centro hacia el norte del país, relacionado con los estratos económicos altos.

La radio ocupa el segundo lugar, con un consumo del 52 por ciento; junto con la televisión, es percibido por los mexicanos como fuente de entretenimiento; en tanto, que los periódicos son vistos como instrumento de información; sin embargo, cabe recordar que como ya se mencionó anteriormente, lo que se lee de los periódicos tiene que ver con los acontecimientos locales y el deporte por encima de la finanzas y la política.

2.1.2. La naturaleza y propósito de la televisión y la radio en México

La radio y televisión en México son definidos como “La industria ... (que)... comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsímile o cualquier otro procedimiento técnico posible, dentro de las bandas de frecuencias del espectro

La regulación de los medios de comunicación en México



radioeléctrico atribuidas a tal servicio”; (Unión, Cámara de Diputados del H. Congreso de la, 2006) cuya actividad es de interés público.

Artículo 4o.- La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

Artículo 5o.- La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales. (Unión, Cámara de Diputados del H. Congreso de la, 2006)

Las forma de operar de la industria de la radio y la televisión en México se divide, dependiendo de su naturaleza y propósito en comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole, previsto en la Ley federal que se expone, para su rápida ubicación, se resume en el siguiente cuadro.

Clasificación	Carácterística
Concesiones Arts. 14 al 17	Uso comercial, que sólo se concede a mexicanos y si son asociados son de carácter nominativo presentando anualmente ante la autoridad la lista de socios; por lo queda expresamente prohibido la inclusión de extranjeros. Las estaciones de radio que se enlacen o retransmitan a otra que no tenía recepción en la localidad, es considerada como nueva y debe satisfacer los requisitos de Ley. La concesión se obtiene por medio de licitación pública con derecho a refrendarla. El refrendo de la titularidad de la concesión es sin licitación pública. La concesión no excede los 20 años. El gobierno federal tiene dereco a recibir una contraprestación económica por el otorgamiento de la conseción.

<p>Permisos Arts.20, 21-A y 25</p>	<p>Uso sin fines de lucro y cuyo propósito es la función social como coadyuvar al fortalecimiento de la participación democrática de la sociedad, garantizando mecanismos de acceso público en la programación; difundir información de interés público; fortalecer la identidad regional en el marco de la unidad nacional; transparentar la gestión pública e informar a la ciudadanía sobre sus programas y acciones; privilegiar en sus contenidos la producción de origen nacional y fomentar los valores y creatividad artísticos locales y nacionales a través de la difusión de la producción independiente. El permiso dura 20 años con derecho a refrendarse y se obtiene por licitación pública.</p>
<p>Las escuelas radiofónicas Arts. 81 al 83</p>	<p>Constituyen un sistema de estaciones emisoras y receptores especiales para los fines de extensión de la educación pública, en los aspectos de difusión cultural, instrucción técnica, industrial, agrícola, alfabetización y orientación social. La transmisión y la recepción están regidas por la Secretaría de Educación Pública, la cual seleccionará al personal especializado, profesores, locutores y técnicos que participen en ese tipo de programas. Cualquier organización que se inscriban en ese sistema, tendrán la obligación de instalar en sitios adecuados, el número de receptores que satisfaga las necesidades de cada comunidad.</p>

Fuente: Elaboración propia con datos de la Ley Federal de Radio y Televisión. (Unión, Cámara de Diputados del H. Congreso de la, 2006)

Independientemente de la naturaleza y/o propósito de la estación de radio o televisión, se garantizaba en este ordenamiento, el derecho a la información y a la libertad de expresión, poniendo como único límites las manifestaciones que denigren a la persona o atenten contra la paz pública; además de imponer como obligación el uso del idioma español y subtítulos o traducción simultánea en caso del empleo de alguna lengua extranjera; así como incluir en la programación contenidos que exalten la mexicanidad.

Otra requerimiento, consistía en la cesión de 30 minutos diarios en la programación, ya sea de manera conjunta o disgregados durante el día, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social; así como medio de orientación para la población del país, deben ofrecer con la misma periodicidad información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales o internacionales.

Un aditamento a la naturaleza comercial de los medios de comunicación en México, se evidencia en el Decreto del año 2000, cuando por mandato presidencial, cuando pareciera que se instauró un intercambio en especie, al condonarse

impuestos a los industriales de la radio y la televisión, por tiempo de transmisión de los mensajes de la administración gubernamental.

...I. Los concesionarios que tengan la calidad de responsables solidarios al pago de dicho impuesto y, por tanto, como terceros interesados en el cumplimiento de esa obligación, pagarán la contribución que se menciona con dieciocho minutos diarios de transmisión en el caso de estaciones de televisión, y con treinta y cinco minutos diarios en las de radio, para la difusión de materiales grabados del Poder Ejecutivo Federal con una duración de veinte a treinta segundos, sin que ello implique que haga transmisiones que constituyan una competencia a las actividades inherentes a la radiodifusión comercial, a cuyo efecto se precisa que cuando aquél realice campañas de interés colectivo, promoviendo el mayor consumo de bienes y servicios, lo hará en forma genérica, en tanto que la industria de la radiodifusión comercial se ocupará de la publicidad y propaganda de marcas, servicios o empresas específicos.

Si el Ejecutivo Federal no utilizare, total o parcialmente, tales tiempos para transmisión, deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines, a efecto de no interrumpir el servicio de radiodifusión.

II. Los tiempos de transmisión a que se refiere la fracción anterior serán distribuidos de manera proporcional dentro del horario de las 06:00 a las 24:00 horas en cada radiodifusora o televisora de que se trate, en términos de los requerimientos que emita la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación... (Quesada, 2002)

Ante lo aquí expuesto, la naturaleza y el propósito de los medios de comunicación en México, en particular, la radio y la televisión, tiene una función social, que se liga fundamentalmente con lo comercial.

2.1.3. Los dueños de la televisión y la radio

En una investigación realizada entre los años 2000 y 2006 a cargo del periodista Francisco Vidal Bonifaz, que se publicó en el año 2008, relativo a los dueños de los medios de comunicación en México, dio a conocer que la radio y la televisión, se encuentra concentradas en menos de una decena de negocios familiares; cuyos contenidos responden a la preferencias del público mexicano anteriormente descrito, por lo que la programación estaba compuesta por telenovelas, programas de entretenimiento y series de origen estadounidense, en la televisión, y en la radio, predominan las barras musicales.

...la infraestructura de transmisión y producción de la señal abierta ha recaído en un virtual duopolio, Grupo Televisa y Televisión Azteca. Precisamente estas dos compañías controlan la parte sustancial de este tipo de redes en el país, ocho de cada 10 concesiones de televisión abierta, que se han otorgado y están operando se encuentran en sus manos. (Bonifaz, 2008)

Las familias Azcarraga y Salinas Pliego, son los propietarios de las concesiones de Televisa y TV Azteca, respectivamente, "... a escala nacional, Televisa y TV Azteca concentran el 97 por ciento de la audiencia nacional, dejando el resto del público a un pequeño grupo de canales ajenos a este duopolio". (Bonifaz, 2008)

El dominio de este duopolio a como lo percibe Bonifaz, se extiende a la radio comercial mexicana que se encuentra vinculada a las cuatro compañías extranjeras que dominan la producción y distribución de música en el mundo: Universal Music Group, Sony BMG Music Entertainment y Warner Music Group Corp; por lo que la influencia de música en inglés, desde la perspectiva de Bonifaz, no es desdeñable.

A diferencia de la televisión, en la radio la segunda preferencia en sus contenidos son las noticias, "en su conjunto, este tipo de programa ocupa el 32.5 por ciento del espacio radiofónico"; (Bonifaz, 2008) por lo que las cadenas de radio, afirma el citado estudio, llegan a desarrollar sus propios departamentos de noticias y otra parte de la información proviene de agencias como Notimex, Associate Press y Reuters, por citar algunos ejemplos o de portales de los principales periódicos nacionales como Reforma, El Universal y la Jornada.

En palabras, de Emilio Azcarraga Milmo, fundador de Televisa, la televisión (mexicana) es para jodidos. Este discurso lo pronunció hace 2 décadas y es retomado por la Revista Proceso para argumentar que esta industria permanece igual; lo anterior, el marco de la promoción de la reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones en el año 2013; para este apartado, se empleó para ilustrar que en las mismas condiciones se encontraba en la antesala de la Reforma Electoral 2007.

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."... "Nuestro mercado en este país es muy claro: la clase media popular. La clase exquisita, muy respetable, puede leer libros o Proceso para ver qué dicen de Televisa... Estos pueden hacer muchas cosas que los diviertan, pero la clase

La regulación de los medios de comunicación en México



modesta, que es una clase fabulosa y digna, no tiene otra manera de vivir o de tener acceso a la distracción más que la televisión. (Villamil, 2013)

2.1.4. La televisión y la radio públicas

Para el año 2007, existían 28 televisoras con perfil cultural que se transmitían por señal abierta, más 2 repetidoras y 4 que se sintonizaban por sistema de paga; de las cuales 23 eran permisos en igual número de entidades federativas; más las señales de TV UNAM, Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, el Canal 22 de Conaculta; así como los especializados como los Canales del Congreso y el Canal Judicial.

La investigadora Margarita Escobar en el año 2007, efectuó una investigación al respecto, en la que hizo “una foto instantánea” de la situación de la televisión pública en México; en la que examinó sus presupuestos, producción de materiales, recursos humanos y el estado legal de las mismas; del primer rubro, el tema del presupuesto, y del que se observa la incapacidad de competir de estas televisoras con relación a las comerciales.

.... los presupuestos de la mayoría (25 televisoras) son reducidos y la suma de todos ellos apenas si alcanza un poco más de los mil millones de pesos. Si se compara esta cifra con los mil 709 millones de pesos que el presidente Fox gastó en *spots* insertados en la televisión privada entre el 19 de enero y el 19 de mayo de 2006, parece evidente que la televisión pública se encuentra fuera de toda posibilidad de constituir una competencia para el resto de las televisoras. El efecto se refuerza debido a la política gubernamental de abandonar a las emisoras de servicio público en cuanto al presupuesto para invertir y favorecer a la empresa privada. (Escobar, 2007)

En cuanto al estudio de la producción local de las televisoras públicas, Escobar señala que es mínimo, a tal grado, que en la mayoría de éstas, no alcanzan, ni el 50 por ciento; de tal manera que “...Si bien no son estrictamente hablando empresas privadas, todas estas televisoras públicas operan como industria y producen como tal; de aquí que se considera que lo realizado por ellas es una especie de mercancía que debe generar plusvalía, aunque no monetaria sino social. La ganancia en este tipo de televisoras se mide por el grado de satisfacción de su público y por la manera en que

se compensan necesidades sociales, culturales e informativas de la sociedad”. (Escobar, 2007)

Finalmente, por el tipo de constitución legal, Escobar dice que esta característica hace que los contenidos fluctuen en relación a quien las rige, que deriva en la calidad que ofrecen, y por ende, el conseguir una audiencia fiel.

...casi todas bajo el estatus de “organismo público desconcentrado” y otras pocas son “organismos públicos descentralizados.” Como quiera que se les clasifique, es un hecho que los gobernadores tienen siempre injerencia en las políticas formativas y editoriales de los canales a su cargo. A su vez, las dos federales están igualmente supeditadas a los dictados de sus respectivas autoridades y las universitarias dependen de las instituciones a las cuales pertenecen con una autonomía relativa con respecto del Poder Federal. Las de paga se encuentran en situación similar que estas últimas con relación a los Poderes Legislativo y Judicial. (Escobar, 2007)

Por su parte, la radio pública en México, en ese mismo año, transitaba por su peor momento, debido a que para el año 2004 desapareció la principal cadena, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) –regresó como radio en línea para el año 2011-; operaba 8 emisoras en el Distrito Federal, capital de la República, con repetidoras en pequeñas poblaciones y sin presencia en las 2 principales entidades federativas del país como Jalisco y Monterrey; lejos de ser la red nacional a la que hace alusión su naturaleza jurídica.

“Pero la culpa no es de la IMER, la culpa es de quien la creó, y de las políticas que las rigen, ya que hasta la fecha no se ha contemplado lo que debería ser un organismo integral de radio nacional”, opinó la Agencia de Noticias Ciudadanas (Nárvaez, 2011); que lamentó la falta de presupuesto para la producción de los contenidos; de los cuales afirmaron ser de buena calidad.

El segundo caso expuesto por el citado organismo fue la condición de Radio Educación, emisora en línea, con sólo presencia en la ciudad de México y que según lo referido por la Agencia competía con la IMER, cuando debían ser aliadas al depender ambas del gobierno federal. Radio Educación pertenece a la Secretaría de Educación Pública³⁵.

³⁵ La SEP tiene como propósito esencial crear condiciones que permitan asegurar el acceso de todas las mexicanas y mexicanos a una educación de calidad, en el nivel y modalidad que la requieran y en el lugar donde la demanden. http://www.sep.gob.mx/es/sep1/sep1_Vision_de_la_SEP Consultado el 2 de abril de 2013.

Para el año en que se aplicaría la Reforma Electoral 2007, se tenía un registro de 105 permisionarios de radio pública con giro cultural y sin fines de lucro, se estimó que el 95 por ciento de éstas, eran operadas por instituciones educativas del nivel superior, Institutos Tecnológicos y Universidades estatales. El resto estaban bajo la titularidad de personas físicas o asociaciones civiles. (Televisión C. d., 2008)

En cuanto a la operatividad de la radio pública, dos eran las propuestas, la intervención de la sociedad civil, la profesionalización y la inyección de recursos públicos; en sendos trabajos realizados por investigadores como Enrique Atonal Flores, se habla de un raquíctico presupuesto si es comparado con el que ejercen anualmente estaciones europeas como Radio Francia Internacional que recibió 576 millones de euros en el año 2008³⁶; en tanto que la IMER y Radio Educación, en el mismo año, ejercieron 8 millones y 4 millones, respectivamente. (Vilchis, 2010)

Con relación a la intervención de la sociedad y la profesionalización, Lenín Martell, recomendó, del primer rubro, que su participación se requiere para que la radio pública se recupere como proyecto de nación, forjadora de la identidad nacional porque en ese espacio es donde se expresa la vida cotidiana, la opinión pública y los sentires de un país. Sobre la profesionalización sugirió el uso de los estudios de audiencia para conocer a los radioescuchas para definir contenidos. (Martell, 2007)

Como se expuso anteriormente, ante un público que demanda entretenimiento – visto como contenidos de espectáculos y deportes, muy encima de la información financiera y de política-, una televisión pública con esfuerzos limitados y radio pública desdibujada; la radio y la televisión comercial acaparan al público con una programación con contenidos dirigidos al entretenimiento. Los empresarios de la radio y la televisión se encuentran organizados a través de su afiliación a la CIRT³⁷

³⁶ En el año 2008, en México se realizaban los actos preparatorios para la aplicación de la Reforma Electoral 2007; con las condiciones que se describen en el texto sobre las características de la radio pública.

³⁷ **CIRT.** La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión En el año 2008, en México se realizaban los actos preparatorios para la aplicación de la Reforma Electoral 2007; con las condiciones que se describen en el texto sobre las características de la radio pública.es una institución autónoma, de

Los medios de comunicación en México, se sujetan en materia de regulación a lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y sus leyes secundarias: La Ley Federal de Radio y Televisión, La Ley Federal de Telecomunicaciones, La Ley Federal de Derechos de Autor, La Ley Federal de Protección al Consumidor; así como la Ley General de Salud y sus respectivos reglamentos. (Televisión C. d., 2009)

En materia electoral, debían observar el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales, el cual se modificó con la Reforma Electoral del 2007, que posteriormente, se mencionará. Todos estos documentos se exhiben en el portal de la CIRT, así como los principios para la emisión de Códigos de Ética a cargo de su Comité (Televisión C. d., 2008). En el año 2008, en la antesala de la aplicación de la Reforma Electoral 2007, el llamado duopolio televisivo, Televisa (Jean, 2004) y TV Azteca (Pliego, 2008), ya contaban con los propios.

2.1.5. La visión de la comunicación y la información a partir de la Alternancia Pacífica en el Poder

A partir del año 2000 con el inicio de la Alternancia pacífica del Poder en México³⁸, e inició una serie de acciones dirigidas a replantear la comunicación con los

interés público con personalidad jurídica propia y sin fines de lucro integrada por personas físicas que han obtenido del Gobierno Federal un título de concesión para operar y explotar comercialmente estaciones de radio y televisión. Más de mil doscientas emisoras de radio y televisión afiliadas voluntariamente con presencia y posicionamiento en todo el país, con cobertura del 99 por ciento del territorio nacional. Entre sus objetivos se encuentran: Representar promover y defender los intereses de la Industria, fungir como órgano de consulta y colaboración del Estado en materia de radiodifusión., promover la participación de los afiliados en actividades culturales y de beneficio social y participar en el diseño de estrategias de desarrollo de la la industria y nuevas tecnologías multipunto. <http://www.cirt.com.mx/portal/index.php/cirt/identidad> Consultado el 14 de noviembre de 2012.

³⁸ El 2 de julio del año 2000 México experimentó por primera vez en toda su historia una alternancia pacífica del poder, lo que implica un hecho simbólico que marca el cambio de régimen, si bien esta transformación no empezó ni terminará ese día. En ese largo proceso de transformación política, el cambio de poderes marca la culminación de una primera fase (la sustitución del sistema electoral, de uno no competitivo a otro plenamente competitivo), y el principio de otra, que implicará el cambio de reglas y procedimientos en otros ámbitos de la política. El proceso de transición política no ha terminado, pues el nuevo régimen será en buena parte –si todo marcha bien- consecuencia de la alternancia, al permitir el ascenso de una nueva élite política sin compromisos ni complicidades, dispuesta a modificar profundamente las reglas del proceso político en sentido democrático.

Cierto es que los gobiernos priistas habían emprendido desde hace años algunos cambios en este mismo sentido pero, fuera del ámbito electoral, dichas transformaciones en realidad habían sido sumamente limitadas. Esto, al grado en el que pudiera pensarse que los subsiguientes cambios en otros espacios podrían haberse realizado también bajo otros

La regulación de los medios de comunicación en México



gobernados a través de la revisión de su marco legal en el Poder Legislativo. En ese sentido, el Estado mexicano hasta el texto constitucional del año 2006, concedía el rango de Garantía Individual y como un derecho fundamental a la manifestación libre de las ideas.

Artículo 6o. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado. (Unión C. d., Capítulo Segundo de las Campañas Electorales, 2006)

En esta revisión al marco legal, el primer paso hacia un nuevo planteamiento de la información y la comunicación y su relación con la democracia, aconteció el 6 de marzo de 2007 (a seis meses de que se diera la Reforma Electoral), aunque operativamente, los Poderes del Estado y otros sectores ya contaban en sus estructuras con Departamentos, Direcciones y/o Coordinaciones de Comunicación Social para la difusión de programas y obras de gobierno; la elevación a grado constitucional del acceso a la información pública fue vista en su momento por sus impulsores, los consejeros del IFAI como “una palanca democratizadora del Estado”.

Los avances en la materia son sustanciales: las casi 185 mil solicitudes atendidas hasta esta fecha a nivel federal, los más de 9 mil recursos de revisión desahogados por el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI) y los episodios de apertura en zonas cruciales del estado mexicano así lo demuestran. Los impactos democráticos de la acción de la Ley Federal de Transparencia son muchos y en muy distintas áreas de la actividad estatal: el caso de la masiva transformación de deuda privada en pública dirigida por el IPAB mediante el Fobaproa, el debate entre transparencia y secreto bancario a propósito de los fondos públicos y fideicomisos, el reconocimiento del acceso personal a los expedientes médicos como un derecho irrecusable del paciente, la identificación de los infractores de leyes y reglamentos federales al medio ambiente, a las leyes del transporte, hospitales, etcétera, el conocimiento de las transacciones y contrataciones que hacen las principales empresas públicas del país (como PEMEX), el acceso al expediente del financiamiento del sindicato petrolero, el proceso de toma de decisiones

gobiernos priístas, pero a un ritmo demasiado lento, que ya no satisfacía las expectativas de la sociedad (o al menos, de sus sectores más modernos e ilustrados). Es ésta la significación que pueda tener la alternancia provocada el 2 de julio, dentro del largo y tortuoso proceso de cambio político en México. (Crespo, 2000)

estratégicas en materia de relaciones exteriores, la apertura de los archivos sobre las responsabilidades de la represión política en 1971, el acceso a información de organismos de la sociedad que reciben presupuesto público, la evaluación de la calidad de las escuelas públicas y privadas y un largo etcétera muestra, a las claras, que el acceso a la información es una herramienta socialmente útil, poderosa, indispensable para la democratización de México. (Irazabal, 2007)

En este contexto legal, se desempeñaban las Direcciones, Coordinaciones o Jefaturas de Departamento de Comunicación Social. Los mecanismos para comunicar desde el gobierno, son por una parte, el diseño y ejecución de planes estratégicos como la expone Martín Zermeño, citado en el apartado anterior, con una combinación de Publicidad Gubernamental.

Una perspectiva del planteamiento de la Publicidad Gubernamental al inicio de la Alternancia, en la que se percibía una dependencia de los medios de comunicación con el Poder Público Mexicano, es la que expresa el investigador Enrique Sánchez Ruiz, en uno de los títulos que constituye parte del acervo del IFE: “Comunicación y Democracia”.

De hecho, en diferentes momentos de la historia reciente, muchos medios impresos han dependido económicamente del gobierno, desde por la venta de la materia prima (papel) o por compras de publicidad, hasta por los “complementos” a los ingresos de los periodistas (a veces, disfrazados de comisiones de publicidad). Entonces, estamos hablando de vinculaciones formales, a través de la legislación, las políticas públicas, etcétera, así como de vínculos de naturaleza informal, como la proverbial práctica del “chayote” que tradicionalmente –se dice– ha prevalecido en el periodismo mexicano. En este caso, se han tejido ciertas redes clientelares que constituyen formas de influencia y control sobre los medios en su función periodística. (Ruiz, 2004)

En la tesis doctoral, la Comunicación Gubernamental en México: Vinculación del poder político con el poder mediático. Análisis de la problemática actual y perspectiva histórica; sustentada por Juan Miguel Orta Vélez, se hace una descripción de este tema, particularmente, se retoma las acciones comprendidas a partir de la Alternancia, entre los años 2000 y 2007.

Orta Vélez introduce el concepto de Chantaje mediático, al señalar que “el duopolio (Televisa y TV Azteca) ya no aspira a obtener un premio de la casta gobernante, ahora exige contratos millonarios, incrementos anuales y otros privilegios o favores, a cambio de no exhibir las deficiencias de la Administración”. (Vélez, 2012)

La regulación de los medios de comunicación en México



Una segunda condición, que expone es la permanencia del modelo planteado de premios y castigos para los medios de comunicación de menor circulación.

En ambos casos coincidente con la referencia que hace del 128 Periodo Ordinario de Sesiones de la Comisión Interamericana de los Derechos Humanos, Orta Vélez, señala que la relación de los medios de comunicación y gobierno, el otorgamiento de la Publicidad Gubernamental prosiga en la asignación de recursos discrecionales y su efecto en la censura o autocensura que permita la sobrevivencia de las empresas periodísticas y propone:

La distribución de los recursos públicos no puede sujetarse a decisiones arbitrarias o a presiones externas, el Estado no puede ser rehén de los medios o viceversa. La función de la comunicación gubernamental mexicana, deber ser plenamente definida y regulada, dentro de un marco jurídico acorde a las necesidades del país. Establecer reglas claras y cumplirlas, es un ejercicio que los ciudadanos esperamos de nuestras autoridades, una impostergable obligación del Estado, que no puede ser sujeta a negociación alguna. (Vélez, 2012)

Los intentos por regular la Publicidad Gubernamental en México los relata Orta Vélez en su tesis doctoral, de la que se elaboró el siguiente cuadro para ejemplificar la tendencia de los partidos políticos representados en diversas Legislaturas, a partir de la Alternancia, para abordarlo antes y después de la Reforma Electoral 2007.

Año	Promotor	Iniciativa
2002	PRI	Ley Federal para la Regulación y Control de la Publicidad Gubernamental, en materia de Prensa, Radio y Televisión.
2003	PRD	Ley Federal de Equidad y Transparencia para la Publicidad Institucional
2005	PRI	Ley Federal de Comunicación Gubernamental a la Ciudadanía
	PRD	Ley que Regula la Publicidad del Estado
2007	PRD	Proyecto de decreto, por el cual se reforman y adicionan disposiciones de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria
	Nueva Alianza	Propuesta de Reforma a los artículos 93,115,116 y 122 de la Constitución y 8 de la Ley federal de Responsabilidades de los Servidores Públicos

2009	PT	Relativo al 134 Constitucional. Modificado en la Reforma Electoral 2007, pero considerado insuficiente.
2011	PRI	Ley Federal de Propaganda Institucional
	PRD	Ley General de Propaganda Gubernamental
	PAN	Propone consolidar los conceptos de las propuestas anteriores

Fuente: Elaboración propia con los datos de Juan Miguel Orta Vélez (Vélez, 2012)

La regulación de la Publicidad Gubernamental se mantuvo sin mayores variaciones hasta el año 2013, aún se entraba a la presentación formal de una iniciativa por parte del Poder Ejecutivo Federal en el marco del Pacto por México. La discusión continuó, ya que las inversiones al respeto eran consideradas estratosféricas e inadmisibles.

El gobierno federal sobreejerció más de 9 mil millones de pesos en materia de publicidad durante el periodo 2005-2010. Aunque el Congreso había autorizado un gasto total de 6 mil 945 millones en esos años, las administraciones panistas terminaron gastando más de 16 mil 500 millones. Los gobiernos de las 32 entidades de la república también incurrieron en sobreejercicios. Destaca, en primer lugar, el Distrito Federal, seguido de Chihuahua y Sonora, revela informe de Fundar y Artículo 19” (Paredes, 2012)

Lo anterior, se derivó de la presentación de un estudio realizado por la asociación Fundar Centro de Análisis e Investigación en el año 2011, de una compilación de esta información en 18 entidades federativas de la República Mexicana entre los años 2005 y 2010; años en los que se proponía la Reforma Electoral 2007.

El gasto en publicidad oficial se duplicó: en un espacio de cinco años, el gasto total en Publicidad Oficial en 18 entidades federativas se multiplicó por dos y pasó de un total de 1,170.4 millones en 2005 a 2,518.4 millones en 2010 (en pesos constantes de 2010). Chihuahua, Colima, Distrito Federal, Estado de México, Morelos, Nayarit, Yucatán y Zacatecas duplicaron su gasto en publicidad oficial. Aguascalientes, Durango y Quintana Roo casi duplicaron su presupuesto ya que tienen un aumento porcentual que se sitúa entre 80 y 100%. (Investigación, 2011)

En la experiencia de Rubén Aguilar Valenzuela³⁹, la relación de los medios de comunicación y la democracia, y en particular cuando se trata de los asuntos públicos, se sigue sujetando a la relación comercial.

³⁹ Rubén Aguilar Valenzuela fue vocero de la Presidencia de la República en la administración de Vicente Fox Quezada, primer titular del Ejecutivo proveniente del PAN, partido político con el que inicio la alternancia del poder en México.

La regulación de los medios de comunicación en México



En el caso de México, no es un único, buena parte de la relación entre el poder y los medios está mediada por la relación comercial que se establece en ambos. Si los gobiernos pagan espacios publicitarios, aunque no siempre estén a la vista, reciben un tipo de trato y otro sino lo hacen.

La cobertura noticiosa de los medios, siempre hay excepciones, queda, entonces, condicionada por el pago de la publicidad de los distintos órdenes de gobierno, pero también participan, en mejor proporción, los otros poderes del Estado.

En el futuro, en la medida en que maduren y se perfeccionen la vida e instituciones democráticas en el país, la relación de los medios y el poder en México no va a depender de sus acuerdos comerciales sino de la información que los órdenes de gobierno y los poderes del Estado generen y de la capacidad crítico-profesional de los medios. (Valenzuela, 2013)

Lo antes expuesto, dice que la relación entre los medios de comunicación y el gobierno es de orden comercial; pero además para la investigadora Fátima Fernández Christlieb⁴⁰; existe entre los empresarios y los representantes del Poder Público otro tipo de relación al que llama *un entramado de interdependencias*.

Estos actores forman un entramado humano, una red de relaciones interdependientes: el concesionario necesita al Poder Ejecutivo a fin de obtener y conservar una concesión que le permita utilizar el espacio aéreo de la nación para transmitir sus contenidos. Los gobiernos, los partidos, el Poder Legislativo, todos ellos requieren los medios para difundir sus tareas y generar una imagen favorable de la labor que realizan. Los concesionarios dependen de los legisladores para la regulación de la industria y de los partidos, que compran tiempo de transmisión⁴¹ en épocas de campañas electorales. Los concesionarios también se apoyan en la sociedad receptora, la cual genera el rating que les permita vender espacios publicitarios. (Christlieb, 2002)

Esta relación de poder político y económico que se tejía a través de los medios de comunicación en el marco de la citada Alternancia, también fue anticipada por la investigadora Rosalba Mancinas Chávez, en la tesis doctoral, La estructura de la

⁴⁰ Fátima Fernández Christlieb es investigadora en temas de la Responsabilidad de los medios de comunicación. Fue la primera Directora de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación en la administración pública de Vicente Fox Quezada, con la introducción de la Alternancia del Poder en México.

⁴¹ Antes de la Reforma Electoral del 2007, la regulación, inclusive ordenaba emplear el 50 por ciento de su financiamiento público para gastos de campaña en espacios publicitarios para radio y televisión.

información en México y el caso del Estado de Chihuahua: Prensa, radio, televisión e internet, sustentada en el año 2009.

El PAN no ha significado un cambio para la estructura mediática de México. El PRI, propició un sistema comercial, con amplia participación del Gobierno, preocupado más por utilizar la potencialidad de los medios para la clase dominante que por el beneficio social que se pudiera tener de ellos. (Chávez, 2009)

La relación de los medios de comunicación y el gobierno tiene vicios de origen, parafraseando a Mancinas Chávez, conservó características del sistema hegemónico unipartidista en la que se mantuvo “la responsabilidad de decidir el otorgamiento de concesiones depositada prácticamente en el Poder Ejecutivo (que) generó un sistema de medios claramente vinculado con partido en el gobierno” (Chávez, 2009).

Además evidenció, que tanto el antiguo como el nuevo régimen “tienen en común como basamento un sistema de mercado como modelo económico y por tanto protegen a la iniciativa privada por encima de intereses democráticos o de desarrollo social”. (Chávez, 2009)

2.1.6. La comunicación política en Tabasco: 2000-2006

2.1.6.1. El pueblo de Tabasco frente a los temas políticos

En este apartado es copiado íntegro del anexo del Acuerdo CE/2009/048 aprobado el 15 de junio de 2009 por el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco⁴². El documento fue elaborado y redactado en todas sus partes por esta investigadora cuando en su momento fue la Jefa de Comunicación Social del órgano electoral y área operativa, pues también me encargué de la ejecución del mismo con el apoyo de la Dirección de Organización Electoral y Educación Cívica; así como de la Secretaría Ejecutiva.

Éste, se diseñó para establecer los Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 denominado

⁴² Lineamientos Generales para la producción de materiales del Proyecto de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 denominado “Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009” Disponible en [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_0OR030B_000048_\(000822_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_0OR030B_000048_(000822_1).pdf) Consultado el 6 de agosto de 2015.

La regulación de los medios de comunicación en México



“Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible 2009, momento en que se aplicaría por primera vez en Tabasco el modelo de regulación de medios.

Los ciudadanos tabasqueños reclamaban de sus instituciones que se condujeran con liderazgo, el cual debía estar construido en la credibilidad y en contraste con la indiferencia, la inconformidad y la injusticia. El liderazgo también era visto, por nuestra audiencia, como el trabajo en equipo en donde se privilegiaran los acuerdos, la integración, la organización y la participación. Tal equipo de trabajo debe ser, además, conducido en la práctica de valores como el respeto, el diálogo, la tolerancia y la solidaridad.

Lo anterior, se desprendió de los resultados obtenidos durante la aplicación del Programa Juventud y Democracia en los años 2007 y 2008, a cargo de la Dirección de Organización y Capacitación Electoral. En el citado trabajo, comprendido del 7 de marzo al 26 de octubre de 2007, mediante el uso de la metáfora, se pidió a más de 4 mil 600 jóvenes que propusieran soluciones al conflicto presentado en la historia que les proporcionó. Jóvenes estudiantes del nivel medio superior de 35 escuelas de la entidad, de las cuales el 62.86 por ciento se localizaba en la zona urbana y el resto en la comunidad rural.

De la historia, el 88.76 por ciento de los participantes, detectaron como conflicto principal el desacuerdo, motivado por la falta de comunicación que tuvo como origen las diferentes formas de pensar, la ausencia de diálogo y de la práctica de valores, en parte también encontraron en la mala educación, un factor que determinó el curso de esa historia.

En ese orden de ideas, establecieron la yuxtaposición entre la soberbia y el amor y dijeron que tales condiciones generan sentimientos de inconformidad y de injusticia. Al pedírseles las posibles soluciones al conflicto detectado, el 90.69 por ciento de los jóvenes, coincidentemente propusieron las antítesis de los temas observados. Es decir, para el desacuerdo sugirieron el trabajo en equipo, basado en el diálogo y la práctica de valores. Como sinónimos del trabajo de equipo expusieron conceptos como la participación y la organización, en el caso de la práctica de valores, se citó

como los relevantes: el respeto, tolerancia, diálogo, responsabilidad, confianza, comprensión y solidaridad.

Como antídoto a la soberbia reconocen en la humildad su mejor ejercicio y educar con el ejemplo, es la manera de promover el trabajo de equipo referido inicialmente. De materializarse estas soluciones, los jóvenes también ven que los sentimientos que se motivarían son la justicia y la igualdad. En un tercer escenario que se desprende del análisis de la metáfora, el 87.69 por ciento de los jóvenes estudiantes aceptaron que los elementos encontrados en la historia compartida se reflejan en su realidad. La falta de acuerdos por la diferencia de ideas y la ausencia del diálogo, así como de la práctica de valores forman parte de su vida cotidiana.

El respeto y la tolerancia siguen siendo los valores de los que adolece nuestra sociedad, aunado al individualismo como antónimo de la solidaridad, que fue propuesta en la parte de las soluciones. También observaron que en su entorno existe un autoritarismo como analogía de la soberbia que encontraron al analizar los conflictos existentes en la historia analizada. Todos estos elementos se conjugaron para que el trabajo en equipo sea inexistente y prevalezca la desorganización y la falta de participación. No hay confianza, por lo tanto, hay desintegración. ¿Qué sentimiento son los que se generan? Injusticia e indiferencia, sentimientos que fueron previstos al momento de analizar los posibles conflictos en la historia leída.

Para el año 2008, el Programa de Juventud y Democracia, con base en la información que se obtuvo del ejercicio 2007, diseñó una estrategia, que a través de la simulación de una votación, se invitó a los jóvenes a que eligieran los valores que consideraran de mayor importancia para la convivencia. En ese sentido, el 45 por ciento, de un universo de casi 5 mil 900 estudiantes del nivel medio superior, se pronunció por el Respeto, siendo la Justicia, el Diálogo y la Libertad, los valores que le precedieron en orden de importancia. Aunado a esto, hay quienes también vieron en la Tolerancia y la Responsabilidad, elementos que deben estar en la cotidianidad.

Mujeres, los adultos mayores y los jóvenes; eran –y siguen siendo- la franja que registraba los principales destinatarios de la información político-electoral; al sector femenino se señalaba como el 51 por ciento de los votantes, eran mujeres entre los 20 y 49 años, de acuerdo con los datos que arroja el Censo de Población y Vivienda 2005.

La regulación de los medios de comunicación en México



Las mujeres que se encontraban –condición que prevalece en nuestros días-, en este rango eran amas de casa, un 20 por ciento de ellas, son las jefas de los hogares y ven por la manutención de por lo menos 2 hijos, cuya formación educativa en promedio es de nivel secundaria, por lo tanto, sus ingresos provienen de la economía informal.

Con relación a las personas adultas mayores, según el mismo dato, señalaba que vivían en zonas urbanas y suburbanas y su fuente de ingresos es del sistema de pensiones. El tercer grupo de mayor presencia electoral eran los jóvenes entre los 18 y 24 años, quienes se encuentran en algunas de las 37 instituciones de educación registradas oficialmente ante la Secretaría de Educación.

Todos estos grupos tenían –tienen- como común denominador que son usuarios del Seguro Popular, pues según el Censo de Población y Vivienda 2005, el 60 por ciento de los tabasqueños usan este servicio. Sus vidas se desarrollan en viviendas en zonas urbanas y suburbanas, que carecían de un techo firme, cuenta en promedio con una sola habitación, pero gozan de los servicios básicos como agua potable, alcantarillado y luz eléctrica.

En el caso de la población indígena, esta constituía el 6 por ciento de la población estatal. De la misma manera, las viviendas que habitan en la zona rural del estado cuentan con los servicios básicos y atención médica que reciben también del sector gubernamental. Asentado principalmente, en los municipios de Centla, Centro y Macuspana.

En menor proporción, pero de igual relevancia, fue la audiencia compuesta por el 10.6 por ciento de los tabasqueños que constituyen las personas con capacidades diferentes, quienes en congruencia con las políticas de comunicación, son origen y destino del mensaje institucional.

Otra característica que definía a esta audiencia es el desinterés por los temas relacionados con la cultura política. Con base en el ejercicio practicado por la Secretaría de Gobernación entre los años 2001 y 2006 mediante las Encuestas Nacionales de Cultura y Participación Ciudadana en México, publicado bajo el mismo

nombre, señalaba que los mexicanos su fuente de información primaria para formar sus criterios sobre este tópico era –y es- la televisión.

Un posible pensamiento compartido de la audiencia es la manutención familiar. Cómo hacerse de recursos para el pago de servicios, garantizar vestuario y alimentación. Cómo insertarse en la vida productiva de la entidad. ¿Cómo hacer que la audiencia se interese en participar, si es el caso, en las etapas de la organización del proceso electoral ordinario 2009 e incluso vaya a las urnas? La respuesta posible es en la sensibilización de su relevancia como grupo predominante para incidir en estos temas, se propuso en ese trabajo para ese momento específico⁴³.

2.1.6.2. Los medios de comunicación en Tabasco

Como previos a los trabajos de la aplicación del modelo de comunicación política en Tabasco, se requirió de hacer un catálogo estatal medios de comunicación, con la información disponible hasta el año 2008, esa actividad también estuvo a cargo del Departamento de Comunicación Social a cargo nuestro y nos basamos en el trabajo publicado el 16 de marzo de 2007 por el profesor César Santos Fajardo de la División Académica de Educación y Arte, sede de la licenciatura en Comunicación. De ese ejercicio, se retoma el siguiente esbozo.

A. Radio

En Tabasco, se ubicaron a 24 estaciones de radio, de las cuales sólo una se encontraba bajo el régimen de permisionaria y correspondía a la radio operadora por el Gobierno del estado, conocida como Radio Corat, por sus anagrama de Comisión de Radio y Televisión de Tabasco⁴⁴; Radio indígena conocida como la Voz de los Chontales (desaparecida desde el año 2001) y Radio UJAT que operaba por internet

⁴³ Rescatamos esta información, toda vez que es la más disponible y firme porque proviene de un mandato de autoridad, ya que es parte del estudio para plantear las estrategias de la promoción del voto en la aplicación de la regulación de medios en Tabasco por primera vez en la elección del 2009. Son de los datos rescatables por medio del archivo histórico digital, ya que como se recordará en la víspera de la celebración de todos los Santos, como parte de las conmemoraciones de los Días de Muertos en México, la madrugada del 1 de noviembre de 2007, la ciudad de Villahermosa, sucumbió ante el desbordamiento de los dos ríos que la circundan, Carrizal y Grijalva, desapareciendo prácticamente el 75 por ciento de la tierra firme, en la que permanecieron por casi un mes más de 600 mil personas cuando las aguas retrocedieron y los ríos recuperaron su nivel.

⁴⁴ Posterior a estas fechas, iniciaban gestiones y operaciones en calidad de pruebas las estaciones de radio de la Universidad Tecnológica (UT) y la Universidad Tecnológica del Usumacinta; actualmente ya están incluidas en los catálogos.

La regulación de los medios de comunicación en México



en el 2006 (hoy ya es estación de radio). El resto, pertenecían a la concesionario. Es decir, el 91.67 por ciento de las estaciones de radio formaban parte del sector comercial.

De los concesionarios de la radio y televisión, los empresarios conocidos en esa época eran las familias Pazos De la Torre, Sibilla Oropesa, Dagdug Lutzow, Calderón Lara, Lodoza Gómez y Lodoza Muñiz, Espinoza de los Monteros; Cantón Zetina y Gaudiano Roviroso, representando el 9.81 de la empresa con origen local.

La otra porción la ocupaban los grupos radiodifusores nacionales como MVS de Joaquín Vargas Gómez, que operaban también a EXA y La Poderosa⁴⁵. Radio Fórmula y Radio Capital y se asienta Radio Teponaztli, filial del Grupo Azteca de la familia Salinas Pliego.

Los contenidos preponderantemente son las barras musicales, los programas misceláneos dirigidos particularmente a las amas de casas y jóvenes, así los noticieros de producción local.

B. Televisión

La televisión en Tabasco se caracteriza por ser repetidoras de las cadenas nacionales, en 1968 llegó el primer canal, concesionado a Baltazar Pazos el que fuera el jefe de familia y de los empresarios Pazos de la Torre; conocido como Canal 13; que posteriormente, por razones no conocidas, es vendida a Televisa; que convierte a este canal en retransmisora del Canal 5 nacional.

De los 13 canales disponibles en televisión abierta, el 69.23 es dominado por las dos grandes cadenas nacionales, Televisa y Tv Azteca, el 23.07 por ciento por la cadena con domicilio fiscal en la ciudad de México, Distrito Federal, pero relacionada con un grupo empresarial radicado en Los Mochis y Navojoa, en Sonora⁴⁶; del que no

⁴⁵ Para esas fechas, la Poderosa; ocupa el primer lugar en raiting; seguida de la estación de radio de la familia Sibilla Oropesa y que actualmente compiten en el mercado, particularmente, en el segmento noticioso con la familia Cantón Zetina y Pazos de la Torre.

⁴⁶ Para el año 2012, en un documento de la Comisión Federal de Telecomunicaciones la comunicación es dirigida al representante legal de la misma, José Alberto Sáenz Azcárraga.

se tenían mayor datos asentados en los municipios de Centla, Huimanguillo y Tenosique. Por lo que en este supuesto, la televisión comercial eleva su presencia a un 92.30 por ciento.

El resto estimado en 7.70 por ciento, la conformarían las televisiones que efectivamente son locales como Canal 9, Teleemisoras del Sureste S.A. de C.V. que produce contenidos locales como Revista de Hoy, los noticieros en su versión matutina, vespertina y nocturna, equivalente estimado por Santos Fajardo, en un 15 por ciento de sus contenidos, el resto reproduce la programación del canal 9 de Televisa, cuya identificación es Galavisión; cuyo fuerte son los programas de espectáculos, noticieros de nota roja o policíaca, telenovelas.; en ese entonces, competidor de Telemundo.

Televisión Tabasqueña, funciona como una concesionaria, figura comercial de la televisión; pero su administrador es el gobierno del estado de Tabasco, cuyo referente es la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco, siendo su objetivo principal una televisión cultural; al modificarse su estatus en el año 2000; persiste su objetivo al ser reproductora de contenidos como de los canales públicos de la Universidad Nacional Autónoma de México, del Instituto Politécnico Nacional, Consejo Nacional de Cultura; además de producciones propias dirigidas al desarrollo de la salud, el campo; temas sociales de mayor peso en la orientación legal, espacios para la expresión de los jóvenes.

También transmite programas de corte cívico como los promovidos por instituciones como secretarías de estado sobre el trabajo, la educación sobre el consumo y la autoridad electoral; educativos como la secundaria y preparatoria a distancia; pero con la posibilidad de la compra-venta de espacios publicitarios.

De la televisión comercial, pero en su aspecto de modalidad de paga, en el contexto al que estamos haciendo referencia, operó inicialmente con MVS TV, cuyo concesionario fue la familia Gaudio Rovirosa y el sistema conocido actualmente

Disponible en http://portalanterior.ift.org.mx/iftweb/wp-content/uploads/2012/09/P_140312_80-956.pdf Consultado el 8 de agosto de 2015. En el año 2009, el diario nacional La Jornada vinculó Televimex como parte de Televisa en una nota periodística sobre multas por incumplimiento de la regulación de medios aplicada por primera vez a nivel nacional. Disponible en <http://www.jornada.unam.mx/2009/05/14/politica/009n3pol> Consultado el 8 de agosto de 2015.

como Cablecom, filial de Televisa. Por lo que la programación es eminentemente de carácter nacional.

C. Prensa

Este punto se desarrolla con lo expuesto en el parte argumentativa sobre los periódicos en Tabasco que se presentó en el Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009, para la aplicación de la reforma 2007 y su modelo de comunicación política; el Plan fue el anexo técnico del Acuerdo CE/2009/048⁴⁷ aprobado por el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

Es referente en materia de regulación de la publicidad gubernamental y sus criterios prevalecen hasta la organización del proceso electoral ordinario 2014-2015 en Tabasco. En Tabasco previo a la Reforma Electoral 2007, existía un mercado compuesto por una docena de periódicos matutinos de circulación estatal, tres vespertinos; cuyas características se expresan en el cuadro⁴⁸.

⁴⁷ Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009 Disponible en [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_OOR030B_000048_\(000821_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_OOR030B_000048_(000821_1).pdf) Consultado el 7 de agosto de 2015.

⁴⁸ En base, a cálculos estadístico y aplicando fórmulas se agruparon las características de los medios impresos. Ordenación de datos: es una colocación de los datos numéricos tomados en orden creciente a decreciente de magnitud. La diferencia entre el mayor y el menor de los números se llama rango o recorrido de datos. Cálculo de tamaño de clase: para calcular el tamaño de clase es necesario calcular primeramente el número de clases utilizando la regla de Sturges y después se obtiene el tamaño de clase dividiendo el rango entre el número de clases. *No. De clases (Regla de Sturges): $1 + 3.332 \log N$ *Tamaño de clase = Rango / No. De clases Límites de clase: representan el tamaño de cada clase. El límite inferior de la primer clase toma el valor de el dato menor de la colección de datos, para obtener el límite inferior de la clase siguiente, se suma al límite inferior de la case anterior el tamaño de clase.

Características de Medios Impresos de Circulación Diaria Local

Medio	Formato	Páginas	Tiraje	Audiencia	Circulación
El Herald de Tabasco	Tabloide	72	18,650	Clase media y alta, estudiantes universitarios.	Estado de Tabasco y norte de Chiapas
Milenio de Tabasco	Tabloide	70-76	15,250	Universitarios, profesionistas y ejecutivos.	Estado de Tabasco, Cd del Carmen, Campeche.
Tabasco Hoy	Tabloide	52-68	49,923	Todas las clases sociales	Estado de Tabasco, Sur de Veracruz, norte de Chiapas y Plazas principales de Campeche.
Rumbo Nuevo	Tabloide a color	52-80	4,500	Clase media y alta	Todo el Estado de Tabasco, Palizada, Campeche y Reforma, Chiapas.
Diario Novedades	Gran Formato a color	44-48	29,100	Clase media y alta	Estado de Tabasco, Palenque, norte de Chiapas, Cd del Carmen, Campeche y sur de Veracruz.
Diario Presente	Gran Formato y Tabloide	40-75	35,000	Clase alta, media alta, zona urbana y comercial.	Estado de Tabasco, Coatzacoalcos, Minatitlán, Veracruz; Cd del Carmen, Campeche; Reforma, Palenque, Chiapas.
Diario Olmeca	Tabloide	40	10,000	Familiar, empresarial, político, Clase media y alta.	Estado de Tabasco
El Sol del Sureste	Tabloide	32	40,000	Clase media y baja.	Estado de Tabasco, Reforma y Palenque, Chiapas
El Correo de Tabasco	Tabloide	32	5,000	Clase media	Villahermosa, Cárdenas, Cunduacán, Comalcalco, Paraíso
Diario de la Tarde	Tabloide	32	7,500	Todos los estratos sociales	Todo el Estado de Tabasco
El Criollo	Tabloide	28	38,000	Clase media y baja	Estado de Tabasco, Chiapas (Reforma, Juárez, Palenque y Tuxtla Gutiérrez) Campeche (Palizada, Cd. Del Carmen)
Tabasco al Día	Tabloide	24	3,000	Clase media y baja	Villahermosa, Cárdenas, Comalcalco, Cunduacán y Paraíso
ABC de la Tarde	Tabloide	16	3,000	Clase media	Zona Centro, Sierra y Chontalpa
La Verdad del Sureste	Tabloide	16	10,500	Popular, clase media e intelectual.	Estado de Tabasco, Chiapas (Palenque, reforma y Pichucalco) y Campeche.
Diario Avance de Tabasco	Tabloide	12-24	10,000	Estudiantes, iniciativa privada, sector público.	Estado de Tabasco, y Norte de Chiapas (Reforma, Juárez, Pichucalco.)

Fuente: el Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009

Circulación y tiraje

Los cuadros presentan el número de impresiones que se distribuyen en el estado de Tabasco, lo que representa el número de personas que leen el diario, sin tener en cuenta que otras personas también lo leen sin comprarlo, lo que marca la cobertura

La regulación de los medios de comunicación en México



que posee el medio y la cantidad de personas a las que llega. Lo que indica que a mayor tiraje mayor audiencia, además indica el posicionamiento que tiene el diario en el mercado.

Con base en el número de páginas

Rango	Medio	Puntaje
58-80 páginas	Tabasco Hoy Diario Presente El Herald de Tabasco Milenio de Tabasco Rumbo nuevo	3
35 – 57 páginas	El Sol del Sureste Diario Novedades Diario Olmeca	2
12 – 34 páginas	El Criollo La Verdad del Sureste Diario Avance Tabasco al Día El Correo de Tabasco Diario de la Tarde ABC de la Tarde	1

Fuente: el Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009

Con base en la circulación

Rango	Medio	Puntaje
Entre 34,000-50,000 ejemplares	Tabasco Hoy El Sol del Sureste El Criollo Diario Presente	3
Entre 18,640 – 34,281 ejemplares	Novedades de Tabasco El Herald	2
Entre 3,000 -18,639 ejemplares	Milenio de Tabasco La Verdad del Sureste Diario Olmeca Diario de la Tarde El Correo de Tabasco Rumbo Nuevo ABC de la Tarde Tabasco al Día Diario Avance	1

Fuente: el Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009

Con base en la agenda temática

De acuerdo a la temática política que manejaron los medios impresos durante el 2008 se agruparon en clases que informan las tendencias que muestran estos con respecto a las políticas públicas. Realizando un equilibrio para observar la postura de estos medios, en cuanto a sus publicaciones en contra y en pro de la política pública que se divulga en nuestro estado, teniendo en cuenta lo siguiente: A Totalmente a favor de las políticas públicas B Con tendencias a favor de las políticas públicas C Ni a favor ni en contra de las políticas públicas D Con tendencias en contra de las políticas públicas E Totalmente en contra de las políticas públicas.

A	B	C	D	E
	<ul style="list-style-type: none">• <i>Diario Presente</i>• <i>Novedades de Tabasco</i>• <i>Correo de Tabasco</i>• <i>Diario de la Tarde</i>• <i>Tabasco al día</i>• <i>ABC de la tarde</i>• <i>Diario Avance</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>El Criollo</i>• <i>El Sol del Sureste</i>• <i>El Heraldo de Tabasco</i>• <i>Milenio de Tabasco</i>• <i>Diario olmeca</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>La Verdad del Sureste</i>• <i>Tabasco Hoy</i>	

Fuente: el Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009

Con base a las Tarifas

Con base a inserciones publicitarias comerciales. El cuadro siguiente representa las órdenes de inserción de un muestreo realizado en los meses de mayo, junio y julio de 2008, el cual indica que estos diarios son en los que más publicidad comercial son insertados en el interior de sus páginas. Lo cual significa que cuando un diario posee mayor cantidad de inserciones publicitarias indica que existe una mayor audiencia.

La regulación de los medios de comunicación en México



Rango	Medio	Puntaje
Entre \$1,148 - \$ 6,948	El Heraldo de Tabasco El Sol del Sureste Milenio de Tabasco El Criollo ABC de la Tarde Diario Avance Diario Olmeca Novedades de Tabasco El Correo de Tabasco Tabasco al Día	3
Entre \$6,949 - \$12,749	La Verdad del Sureste Diario Presente Diario de la Tarde	2
Entre \$12,750 - \$18,550	Rumbo Nuevo Tabasco Hoy	1

Fuente: el Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009

De tal manera, que la clasificación de los periódicos para ese momento específico, quedó de la siguiente manera:

Medio	Paginas	Tiraje	Publicidad	Tarifas	Audiencia	Total
Diario Presente	3	3	3	2	3	14
Tabasco Hoy	3	3	3	1	3	13
El Sol del Sureste	2	3	2	3	3	13
El Criollo	1	3	2	3	3	12
Novedades de Tabasco	2	2	3	3	2	12
Milenio de Tabasco	3	1	3	3	2	12
El Heraldo de Tabasco	3	2	2	3	2	12

Diario Olmeca	2	1	3	3	2	11
La Verdad del Sureste	1	1	2	2	3	9
Rumbo Nuevo	3	1	2	1	2	9
Diario Avance	1	1	1	3	1	7
Tabasco al Día	1	1	1	3	1	7
El Correo de Tabasco	1	1	1	3	1	7
ABC de la Tarde	1	1	1	3	1	7
Diario de la Tarde	1	1	1	2	1	6

12

Fuente: el Plan de Medios de Comunicación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para el Proceso Electoral Ordinario 2009

D. La relación gobierno de Tabasco con medios de comunicación

La posición veraz y objetiva que se pretende en un medio de información cuyo contenido cumpla los objetivos mediáticos de informar (la radio), mostrar (TV) y explicar (prensa), se ven subordinados a intereses mercadológicos que buscan tanto plusvalía económica como un posicionamiento de intereses representados por diferentes actores políticos. Es decir, la función primordial de proponer, negociar, pactar y acordar, cae en un periodismo de réplica o contrarréplica, de demanda y contra demanda como si se estuviera en sólo dos bandos. Hoy se vive una crisis económica mundial que afecta a las empresas periodísticas de nuestro país. Instituciones periodísticas, como Le Monde, de París, reciben un fuerte apoyo económico por parte del Estado; el emblema de la prensa estadounidense, The New York Times, El Corriere della Sera, en Italia, por mencionar algunos, se encuentran en una verdadera crisis que se ve aumentada por el avance de los diarios electrónicos. La prensa tabasqueña y la nacional viven esta realidad, por ello la lucha por la supervivencia económica encuentra terreno fértil en la arena política. Ahí es donde los diarios participan en la lucha entre poderes fácticos: para obtener ganancias económicas.

El año previo a la elección 2009 cuando se aplicaría el modelo de comunicación política de la Reforma electoral 2007, el mercado de los medios de comunicación impresos en Tabasco tuvo claras definiciones políticas. Una lucha por el poder público se gestó al interior de estas empresas al replantearse sus líneas editoriales. En el seguimiento informativo que se realizó durante ese año se presentaron diferentes temas exponiendo sus puntos de vista encontrados de una misma noticia. De la observancia de 127 portadas o primeras planas, como se le conoce en el lenguaje de medios, opiniones de la aplicación de una misma política pública. De este universo, 40 por ciento (51 primeras planas o portadas) expusieron su visión crítica a las políticas públicas, en tanto que el 59.9 por ciento (76 primeras planas o portadas) argumentaron las bondades de las políticas públicas. Es evidente que este enfrentamiento mediático es el reflejo de una verdadera batalla al interior de nuestro estado, entre dos fuerzas políticas, el PRI y el PRD.

2.2. La comunicación político electoral en México: 2000-2006

José Wondelberg consideró como el primer presidente del órgano electoral ciudadano producto de la reforma electoral de 1997, cuando se erige el IFE, que se avanzó en materia de acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación a través de reglas precisas sobre el uso de los tiempos oficiales, haya o no elecciones; así como en materia de fiscalización y en cuanto a la exposición y contenidos, en condiciones de equidad, de las ofertas político-electorales.

Desde la perspectiva de José Wondelberg, México ya contaba a su retiro del IFE con un conjunto de disposiciones legales: 4 Leyes, 16 Reglamentos y 2 Lineamientos emitidas por el Poder Legislativo para asegurar elecciones limpias y transparentes, así como una presencia adecuada de las distintas ofertas político-electorales en los medios de comunicación, básicamente, radio y televisión.

A pesar de ello, prevalecía la relación comercial entre medios de comunicación y partidos políticos, ya que esta condición era amparada por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales vigente al año 2006, "...cada partido político

deberá destinar el 50% de las erogaciones que realice para propaganda en radio y televisión en programas para la difusión de su plataforma electoral, la promoción de sus candidatos, así como para el análisis de los temas de interés nacional y su posición ante ellos.” (Unión C. d., Capítulo Segundo de las Campañas Electorales, 2006), rezaba el artículo 182- A, del citado ordenamiento.

En este mismo, incluso existía el mandato para que la autoridad electoral efectuara un catálogo de precios que ponía a disposición de los partidos políticos, quienes a su vez, debían (en la práctica se evitó hacerlo) comunicar qué espacios y en qué precios se interesaban; así como se manifestaban los criterios para determinar el orden de presentación de éstos en la programación de los medios.

En el año 2006, el IFE aprobó un financiamiento público para gastos de campaña por el orden de los 4 mil 136 millones 76 pesos, de los cuales como ya se explicó por mandamiento de ley, el 50 por ciento se debió destinar para la compra de espacios publicitarios en radio y televisión. (Delarbre, 2007)

Los partidos políticos en México son financiados con recursos públicos del Estado, toda vez que el citado artículo 41 lo indica como una de sus prerrogativas; el recurso a decir de la propia ley es continuo para financiar sus actividades ordinarias y las relativas a la educación cívica y cultura democrática; así como para la capacitación de sus militantes.

La segunda prerrogativa hasta antes de la Reforma Electoral 2006, de carácter permanente, era el acceso a los medios de comunicación bajo la administración de tiempos en radio y televisión a cargo de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, dependencia del Poder Ejecutivo federal. Ambos mandatos se reproducían, en el ámbito de sus funciones y atribuciones en las entidades federativas y el Distrito Federal.

Las últimas experiencias en las que prevaleció el uso del marketing político para la promoción de los candidatos, originó que a partir del año 2007 se buscará dotar de condiciones de equidad a los contendientes en los procesos electorales, situación que derivó en reformas constitucionales y legales para la regulación de los medios de comunicación en procesos electorales, al modelo europeo, en la que existen limitaciones a la propaganda electoral -en concreto la publicidad política- en los medios de comunicación.

2.2.1. La comunicación política electoral en Tabasco: 2000-2006

El escenario es reproducible con lo señalado en el punto 2.1.6. Un público o audiencia integrada básicamente por mujeres entre los 20 y 49 años, con formación escolar promedio del segundo de secundaria; que se ocupa mayoritariamente en la economía informal; que habitan en vivienda provenientes del crédito social a través de instancias gubernamentales dedicadas a la vivienda como el Fondo de Vivienda para los Trabajadores al Servicio del Estado (Fovissste), Instituto Nacional de Vivienda para los Trabajadores (Infonavit), y particularmente, del Instituto de Vivienda de Tabasco (Invitab); que cuentan con los servicios básicos; cuya principal preocupación es la manutención familiar, debido a que entre un casi un cuarto de las familias en Tabasco son jefaturados por madres solteras; cuyas necesidades básicas de educación y salud se obtiene por las instituciones que ejecutan esas políticas públicas.

Los públicos siguientes, lo constituyen jóvenes universitarios, personas de la tercera edad y población de las comunidades indígenas que tienen similares características a las descritas anteriormente, y que la coincidencia entre todos, es que tienen un bajísimo nivel de lectura, incluso para la cuestión de los periódicos, toda vez que, ni el periódico de mayor circulación estimado cerca en los 50 mil ejemplares diarios, y asumiendo el efecto multiplicador de 4 lectores expuestos por cada edición diaria, solo llegan a cubrir un 0.125 por ciento de la población.

Prevalece el consumo de información política por medio de la televisión, y considerando, que los canales abiertos, son los canales de televisión 2, 5, 7, 9 y 13, operados como repetidoras del grupo Televisa y Tv Azteca; más la televisora local, la visión de la política es más de orden nacional que local.

La producción local, relativa a noticieros, al igual que sucede en el país, se sostiene de los contratos comerciales, en los que existe una dependencia de la publicidad gubernamental; sin embargo, es difícil, hacer aseguraciones en ese rubro. Tabasco según la Fundación Pulsar, se encuentra en la categoría cero estrellas al no

poderse conocer, por las vías de acceso a la información, los gastos en medios en el período 2005-2010, cuando efectuó su investigación⁴⁹

Al igual que en el escenario federal, en Tabasco se reproducía los términos de la regulación de medios en los procesos electorales en donde prevalecía el mandato legal de invertir el 50 por ciento del financiamiento público de los partidos políticos en la compra de espacios publicitarios en radio y televisión, como se explicó en el punto 1.3.1.

2.3. La Causa Abstracta de Nulidad

La Causa Abstracta de Nulidad⁵⁰ se gestó y feneció con la calificación de los procesos electorales en el estado de Tabasco, México. La teoría se desarrolló con la anulación de la elección de gobernador en esa entidad federativa en el año 2000 (Zapata, 2000) y se invocó por última vez, la impugnación de la elección de gobernador de Tabasco, México en el año 2006. (Daza, 2006)

Durante 6 años, se recurrió a estos alegatos ante el Tribunal Federal Electoral del Poder Judicial de la Federación; incrementando la judicialización de los procesos electorales en todo el país y la incertidumbre jurídica, e incluso afianzó el abstencionismo ante la posibilidad de que los votos quedaran sin efecto por mandato judicial.

La falta de un acceso igualitario a los medios de comunicación durante el periodo de campañas electorales sirvió como elemento para configurar la Causa Abstracta de

⁴⁹ Cfr. Diagnóstico de los gastos en comunicación social y publicidad en las entidades federativas, elaborado por la Fundación Fundar y la asociación Article 19. Periodo de investigación 2005-2010. Disponible en <http://www.fundar.org.mx/mexico/pdf/DocP.O.ok.pdf> Consultado el 10 de agosto de 2015.

⁵⁰ Es posible definir la causa abstracta de nulidad como aquella ineficacia *atípica* decretada por la autoridad competente, respecto de una elección por haberse transgredido de manera grave e irreparable los principios rectores fundamentales de un proceso electoral determinado. Para que se produzca la causa abstracta de nulidad en la elección, debe haber una flagrante violación a cualquiera de los siguientes elementos fundamentales: elecciones libres, auténticas y periódicas; el sufragio universal, libre, secreto y directo; que en el financiamiento de los partidos políticos y de sus campañas electorales prevalezca el principio de equidad; la organización de las elecciones a través de un organismo público y autónomo; la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad como principios rectores del proceso electoral; el establecimiento de condiciones de equidad para el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación social; el control de la constitucionalidad y legalidad de los actos y resoluciones electorales. (Nakamura, 2007)

La regulación de los medios de comunicación en México



Nulidad, que derivó en las cancelaciones de las elecciones de Gobernador en los estados de Tabasco (Zapata, 2000) y Colima (Henríquez, 2003).

De hecho el primero de estos casos es calificado como *Sentencias Relevantes* en el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Cabe mencionar que en Tabasco, desde la elección de Gobernador en el año 1994, la judicialización del proceso electoral en esta entidad federativa es una constante y sus resolutivos marcaron antecedente para el estudio de casos similares.

Así, la promoción de la nulidad propició la presencia de diversas circunstancias que afectaron el ejercicio de la vida democrática. Por una parte en el aspecto político favorece el Desequilibrio de Poderes, puesto que el Poder Judicial supedita a su criterio jurisdiccional al Poder Ejecutivo siendo que la correlación entre los mismos debe ser equilibrada en una combinación de *check and balances*; quedando en evidencia el incumplimiento de la Función Pública de Estado y su capacidad para organizar elecciones.

... presenta dos problemas principales. El primero es la limitación de los efectos de las resoluciones mediante las cuales el Tribunal Electoral decide la no aplicación de alguna norma por considerarla contraria a la Constitución a casos particulares. En esta situación, los que acudieron ante el Tribunal se benefician de la protección constitucional y quedan en clara ventaja respecto a los demás participantes de los procesos electorales, a quienes sí se les aplican las reglas ya consideradas violatorias a la Constitución.

Si consideramos que uno de los fundamentos de la democracia es la equidad de la contienda e igualdad de las reglas del juego para todos los actores, el hecho de que se otorgue la protección de la justicia únicamente al quien la busque, significa vulneración de estos principios.

El segundo problema es la relación entre ambos órganos. Si bien es cierto que el Tribunal no puede pronunciarse sobre la validez de una norma ya declarada por la Suprema Corte, las reglas jurídicas vigentes no excluyen la posibilidad de que la Corte se pronuncie sobre la constitucionalidad de una disposición en materia electoral ya vista por el Tribunal. Puede darse el caso que se presente la inconstitucionalidad de una norma en abstracto a través de una acción de inconstitucionalidad ante la Suprema Corte y que, mientras ésta se sustancia, la no aplicación de la misma norma sea solicitada mediante un medio de impugnación ante el Tribunal Electoral. Analizando la constitucionalidad de la norma en general y en el caso particular, respectivamente, los dos órganos pueden llegar a diferentes conclusiones, en dos escenarios. El primero de ellos, es que la Suprema Corte declare la validez abstracta de la o las disposiciones reclamada(s) y

que el Tribunal declare la no aplicación de esa misma o mismas disposiciones por considerarla (s) contraria(s) a la Constitución federal en el caso concreto. O bien, que la primera declare la invalidez de la(s) o las norma(s) reclamada(s) y que el Tribunal considere que la(s) norma(s) no contraviene(n) a la carta magna y la aplique.

La posibilidad de que estos dos casos ocurran genera un grado de incertidumbre jurídica, ya que se estarían aplicando dos resoluciones contrarias respecto de una misma cosa, lo que se traduce en la posibilidad de emplear diferentes reglas del juego entre los actores que consiguieron la protección del Tribunal Electoral y los que no la obtuvieron por parte de la Suprema Corte y viceversa.

Ante esos dos escenarios la Suprema Corte, a través de la resolución de la contradicción de criterios, tendría la última palabra. Sin embargo, está presente el riesgo de una contradicción, lo que no es positivo para la coherencia que supone un ordenamiento jurídico". (Karolina Mónica Gilas, 2011)

La participación de los medios de comunicación durante las campañas electorales y sus consecuencias en la organización de procesos electorales al aportar elementos que configuraban la Causa Abstracta de Nulidad, vulnera la credibilidad de las instituciones.

Un ejemplo de esta condición fue la discusión de la eficacia y eficiencia de los organismos públicos autónomos como el IFE y los Institutos Electorales en los estados; dicho cuestionamiento condujo a una situación de extrema vulnerabilidad por parte del primero y de falta de solidez de parte de los segundos, lo que puso en riesgo a la gobernabilidad democrática del país.

Esta discusión fue en el marco de la XXVII Reunión Nacional de Consejeros Electorales de la República Mexicana celebrada en Guadalajara, Jalisco, en la antesala de la discusión de la Reforma Electoral 2007, en la que hubo oposición a acceder a que a través de convenios se delegará la organización de procesos electorales al IFE sobre los órganos electorales estatales.

Al final cuando se concretó la Reforma Electoral del 2007 restó en parte facultades a las autoridades electorales administrativas en las entidades federativas, al delegar en el Instituto Federal Electoral, la administración de los tiempos de Estado en los medios de comunicación y la contratación de publicidad de los partidos sólo mediante el órgano federal electoral.

El desperdicio de los recursos públicos, la declaración de nulidad de la elección conlleva el ordenamiento de celebrar comicios extraordinarios para los que se tienen que destinar nuevos presupuestos con cargos al erario; la inversión, en términos

generales se duplica, toda vez que el organizador de la contienda requerirá de los mismos recursos humanos y materiales; así como insumos a utilizar el día de la jornada electoral.

El descontento social que se traduce en la contracción de la participación ciudadana en los procesos electorales y en las manifestaciones públicas de desaprobación de las autoridades en decremento al sistema de vida institucional al principio señalado; aunado al sentimiento de castigo para el votante que se siente defraudado por la invalidación de su voto, de descrédito para la autoridad electoral por fallar en su encomienda de organizar elecciones; de impunidad para los partidos políticos y los medios de comunicación por incurrir en prácticas antidemocráticas.

Todo esto, en un escenario en que los partidos políticos impugnados y candidatos ganadores anulados en la segunda vuelta en la elecciones extraordinarias de Tabasco y Colima resultaron de nueva cuenta triunfadores y el costo político fue absorbido por personajes e instituciones, al separar de su cargo al organizador de la contienda electoral y desaparecer por decreto a las instituciones para transformarlas en otras; acciones que debilitan su sistema de vida como se ha venido planteando.

La posibilidad de una nueva anulación de elección persistió cada vez que la autoridad administrativa electoral organizó comicios en cualquier entidad federativa a consecuencia del citado precedente legal, como evidencian otros intentos en las elecciones de Gobernador en Yucatán (Peza, 2001), Tabasco (Daza, 2006) y Baja California (Rivera, 2007)

2.3.1. Caso Tabasco 2000

En el caso del Juicio de Revisión Constitucional⁵¹ SUP-JRC-487/2000 y su acumulado SUP-JRC-489/2000, en el que se abordó la elección de Gobernador del

⁵¹ El juicio de revisión constitucional es un medio de impugnación excepcional, de estricto derecho, con el que se pueden combatir los actos de las autoridades electorales de las entidades federativas encargadas de organizar y calificar los comicios electorales o resolver las controversias que se surjan durante éstos, siempre y cuando se cumplan los requisitos previstos en el artículo 86 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia

Estado de Tabasco en el año 2000, resuelto el 29 de diciembre del año citado, los Magistrados del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, reflexionaron en el punto Décimo Cuarto de los Resolutivos sobre la participación de los medios de comunicación.

“DÉCIMO CUARTO. En el presente caso existen elementos que afectan la libertad con la que debió ejercerse el sufragio en la elección de gobernador del Estado de Tabasco... Tal y como se destacó en la parte de este ejecutoria, en la cual se relataron y valoraron medios de impugnación, el tiempo con que contaron los partidos políticos en los medios de comunicación electrónica, como la televisión, fue bastante desproporcionado, ya que en el monitoreo promedio, realizado por la Comisión de Radiodifusión del consejo estatal electoral, en el lapso comprendido del catorce de agosto al treinta de septiembre del año en curso, al Partido Revolucionario Institucional se le dedicó el 86.98 por ciento del tiempo total de transmisión en el canal siete, en tanto que en el canal nueve, al propio partido se le dedicó el 52.95 por ciento. Esto contrasta con el tiempo dedicado al resto de los partidos, que fue el 13.01 por ciento en el canal siete y el 47.04 por ciento en el canal nueve. Lo grave de esta situación es que, como ya quedó asentado en otra parte de esta ejecutoria, la concesionaria del canal siete de televisión, en donde se dedicó más tiempo al Partido Revolucionario Institucional, es Televisora Tabasqueña, S.A. de C.V., la cual, según los testimonios notariales que obran en el expediente, tiene la participación mayoritaria (98%) el gobierno del Estado de Tabasco...En estas circunstancias, si como quedó demostrado, en la elección de gobernador de Tabasco, el partido político triunfador tuvo gran acceso a los medios televisivos, diferencia de los demás partidos políticos; pero sobre todo, si la presencia de dicho partido político ganador tuvo más preponderancia en el canal siete de televisión, cuya concesionaria es Televisión Tabasqueña, S.A. de C.V., en la que el gobierno del Estado de Tabasco tiene participación mayoritaria, es fácil advertir no solamente la inequidad en lo que hace al acceso a un importante medio de comunicación, lo cual por sí mismo es conculcatorio del artículo 116, fracción IV, inciso g), de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, sino que también es patente que la ventaja que tuvo el partido ganador fue propiciada por quien tiene la participación mayoritaria en la concesionaria del referido canal de televisión, es decir, el gobierno del Estado de Tabasco. Esta desproporción en el acceso a un importante medio masivo de comunicación afecta el derecho al sufragio en dos vertientes: Por una parte, según se vio con anterioridad, se ocasiona una limitación en las opciones que tiene el elector para decidir libremente entre las distintas propuestas de los partidos políticos que participan en los comicios, puesto que el ciudadano está más en contacto con la plataforma política de quien ha aparecido más en el medio de comunicación indicado

Electoral, los cuales son: a) Que sean definitivos y firmes; b) Que violen algún precepto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; c) Que la violación reclamada pueda resultar determinante para el desarrollo del proceso electoral respectivo o el resultado final de las elecciones; d) Que la reparación solicitada sea material y jurídicamente posible dentro de los plazos electorales; e) Que la reparación solicitada sea factible antes de la fecha constitucional o legalmente fijada para la instalación de los órganos o la toma de posesión de los funcionarios electos, y f) Que se hayan agotado en tiempo y forma todas las instancias previas establecidas por las leyes, para combatir los actos o resoluciones electorales en virtud de los cuales se pudieran haber modificado, revocado o anulado.

La regulación de los medios de comunicación en México



y en mayor o menor medida se le hace perder el contacto con los partidos políticos que menos aparecen en el propio medio de comunicación, lo cual afecta la libertad con la que se debe ejercer el derecho al sufragio". (Zapata, 2000)

Una consecuencia de la nulidad de una elección es la pérdida de la inversión de recursos públicos aplicados en la organización del proceso electoral anulado, la cual se incrementa con la inversión extraordinaria de recursos públicos para la organización de un proceso electoral extraordinario. En el año 2000 se ejercieron 149 millones para organizar la elección del Gobernador del Estado de Tabasco, un año más tarde, para el proceso extraordinario se emplearon 95 millones de pesos. En total, el Estado de Tabasco ejerció 244 millones de pesos para que los ciudadanos eligieran al titular del Poder Ejecutivo.

El desorden público es otra situación que se genera a consecuencia de la nulidad de una elección. Debido a un vacío legal en la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, al no contemplarse el nombramiento de un gobernador interino, derivó en conflictos post-electorales, manifestados en actos violentos. La falta de legitimidad de la autoridad es fuente de incertidumbre para el poder público y garantía de inestabilidad para el responsable de la conducción de la política estatal. (Velasco, 2001)

Finalmente, la nulidad de la elección en Tabasco propició el crecimiento del abstencionismo, al incentivar la apatía de los ciudadanos para practicar los valores de la democracia. En Tabasco tras la anulación de Gobernador en los subsecuentes procesos electorales, la participación ciudadana se mantiene en promedio en un 62 por ciento. En el 2001 fue de un 64 por ciento, en el 2003 de un 59 por ciento y en el 2003 de un 63 por ciento.

A todo esto, los medios de comunicación, en particular Televisión Tabasqueña, cuya naturaleza y propósito como institución se debatió en el caso judicial, a la televisora se advirtió de una doble personalidad jurídica, por una parte, era una permisionaria a favor del gobierno del estado como la Comisión de Radio y Televisión

de Tabasco⁵² (CORAT); que a su vez, era una concesionaria constituida como Sociedad Anónima de Capital Variable; cuyo accionista mayoritario era el Gobierno del Estado de Tabasco; condición que le permite la comercialización de sus espacios.

“Por lo expuesto y fundado se

R E S U E L V E

PRIMERO. Se decreta la acumulación del expediente SUP-JRC-489/2000 al expediente SUP-JRC-487/2000. En consecuencia, glósese copia certificada de la presente ejecutoria en el expediente SUP-JRC-489/2000.

SEGUNDO. Se revocan las sentencias de nueve de noviembre del año dos mil, emitidas por el Tribunal Electoral de Tabasco, en los expedientes T.E.T-RI-014/2000 y T.E.T-RI-013/2000, en los recursos de inconformidad interpuestos por el Partido de la Revolución Democrática y por el Partido Acción Nacional, respectivamente.

TERCERO. Se declara la nulidad de la elección de Gobernador del Estado Libre y Soberano de Tabasco.

CUARTO. Se revoca la constancia de mayoría y validez otorgada a Manuel Andrade Díaz, candidato del Partido Revolucionario Institucional, de lo cual se deberá dar aviso al Congreso del Estado Libre y Soberano de Tabasco.

NOTIFÍQUESE personalmente al Partido de la Revolución Democrática, al Partido Acción Nacional y al tercero interesado, Partido Revolucionario Institucional, en sus respectivos domicilios, señalados en autos; **por oficio** con copia certificada de la sentencia, al Congreso del Estado Libre y Soberano de Tabasco y al Tribunal Electoral del Estado de Tabasco; por conducto del Tribunal responsable al Consejo Estatal Electoral del Instituto Electoral de Tabasco, y **por estrados** a los demás interesados. En su oportunidad archívese el presente expediente como asunto total y definitivamente concluido. Así lo resolvió la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, ante el Secretario General de Acuerdos, que autoriza y da fe, por unanimidad de votos en cuanto al punto resolutivo primero y, por mayoría de cuatro votos de los Magistrados José Luis de la Peza, en su carácter de Presidente, por ministerio de ley, Leonel Castillo González, José de Jesús Orozco Henríquez y Mauro

⁵² CORAT. Por acuerdo del poder ejecutivo, siendo gobernador Enrique González Pedrero, en el año de 1983 se crea la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORAT) integrada por el Canal 7 de televisión (con seis repetidoras de baja potencia), más dos radioemisoras: Radio Tabasco FM (con siete repetidoras) y Radio Tabasco AM o la Nueva Radio (con tres). El 1º de septiembre de ese año inicia transmisiones XHSTA TV Canal 7 con el informe del gobernador. En slogan que llega a caracterizar esta canal cultural fue "Reflejo de Tabasco". Para 1989, con la nueva administración de gobierno, la CORAT es reformada, y se integra al Instituto de Cultura de Tabasco. Las reformas de 1989 modifican la estructura del Consejo Consultivo para quedar integrado por el director del Instituto de Cultura de Tabasco, el director de la CORAT y los representantes de asociaciones locales de escritores, artistas plásticos, folkloristas, amigos de los museos y representantes de medios de comunicación (no especificando si incluía a los dueños, los periodistas o los trabajadores). En el año de 1997, fecha en que termina el permiso otorgado al gobierno del estado para operar el canal cultural de televisión, cambia a concesión, pero con predominio aun de capital del gobierno del estado de Tabasco y pasa a convertirse finalmente en el año 2000 en Televisión Tabasqueña SA de CV. Extracto del trabajo publicado por Cesar Manuel Santos Fajardo. Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Master en Tecnología Educativa. Profesor Investigador de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en la Licenciatura en Comunicación. Editor de las Revista "Cinzontle" de la División Académica de educación y Artes de la UJAT.

La regulación de los medios de comunicación en México



Miguel Reyes Zapata, quien fue ponente, contra el voto de los Magistrados Eloy Fuentes Cerda y Alfonsina Berta Navarro Hidalgo, con relación a los restantes puntos resolutive, quienes emitieron **VOTO PARTICULAR** al respecto. No participó el Magistrado Fernando Ojesto Martínez Porcayo, por habersele aceptado la excusa que formuló para conocer del presente asunto". (Zapata, 2000)

En mil 290 cuartillas que conforman este caso, en las que se discutió qué hicieron todos los entes relacionados con la organización del proceso electoral, en este apartado del Resolutive, en ningún momento se da cuenta a autoridad competente para la configuración de delitos, ni señalan responsabilidades y menos se imponen sanciones, por lo menos una amonestación pública a los medios de comunicación.

El costo político lo pagó el primer Consejero Presidente del recién constituido Instituto Electoral de Tabasco (IET) en 1997 -acorde con la tendencia nacional y las reformas electorales promovidas en ese año-, Leonardo de Jesús Sala Poissot, que de inmediato presentó su renuncia, y con ello, abandonó la posibilidad de organizar la elección extraordinaria.

Una vez concluido el proceso electoral extraordinario 2001 para elegir gobernador del Estado de Tabasco, volviendo a ganar el impugnado PRI y su candidato Manuel Andrade Díaz, el 27 de noviembre de 2002, el Decreto 192 elimina la figura del IET para convertirse en el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco y se nombran nuevos consejeros electorales.

2.3.2. Caso Colima 2003

Los expedientes SUP-JRC-221/2003, SUP-JRC-222/2003, SUPJRC-223/2003, SUP-JRC-232/2003 y SUP-JRC-233/2003, fueron los discutidos por los Magistrados del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en los que se combatió los resultados de la elección de Gobernador de Colima a favor del candidato del Partido Revolucionario Institucional así como la declaración de validez de la elección, el cual, fue resuelto por la Sala Superior el 29 de octubre de 2003.

Entre los otros elementos que configuran la Causa Abstracta de Nulidad se encuentra la actuación de los medios de comunicación en el Caso Colima fue por la

difusión de logros del gobierno del estado durante 25 días anteriores a la jornada electoral e inclusive el propio día de la celebración de los comicios reflejadas en 61 notas periodísticas; así como la utilización de la televisora del gobierno del estado identificada como Canal 11 para la transmisión de un programa que se denominó “Un Nuevo Colima”, durante los sábados coincidentes con el periodo de campaña electoral, en total 6, en los que hubo difusión de programas sociales y de la obra pública entre denostaciones a los partidos políticos de oposición.

En cuanto a la generalidad de las irregularidades graves, cabe tener en cuenta la amplitud de los destinatarios de las declaraciones y la variedad de los sujetos y partidos a quienes afectaban o beneficiaban, además del número de ocasiones en que se les dio difusión en prensa (59 notas periodísticas relacionadas con declaraciones del Gobernador del Estado en favor de su candidato y/o en contra de los respectivos contendientes, así como 45 notas periodísticas sobre acciones de gobierno durante el periodo prohibido, en el entendido de que un número considerable correspondieron a primeras planas con fotografías y algunos, incluso, con encabezados, según se precisó en los apartados A y B del numeral 2 de este considerando) y televisión (transmisión de tres programas "en red estatal").

Para poder valorar el impacto que las referidas notas periodísticas tuvieron sobre el electorado, se requiere contar con elementos objetivos que permitan, así sea de manera indiciaria, apreciar su importancia, penetración, influencia o presencia dentro de comunidad determinada, en este caso, el Estado de Colima, de tal manera que, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 16, párrafo 1, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, atendiendo a las reglas de la lógica, la sana crítica y la experiencia, este órgano jurisdiccional electoral federal estima que una forma de realizar la valoración de las probanzas de mérito, es el contar con la información relativa al tiraje de los periódicos en los que aparecieron las citadas notas, el cual puede obtenerse a través de una publicación que, en el caso de México y concretamente dentro del ámbito de los medios de comunicación escritos se conoce que contiene la información sobre el tiraje de los mismos, hecho notorio que es posible invocar por esta Sala Superior, en términos de lo previsto en el artículo 15 de la ley adjetiva previamente invocada, y que es donde se contiene la información previamente precisada.

Al respecto, es pertinente señalar que en la publicación *Directorio MPM publicitarios. Tarifas y datos de medios impresos*, edición número 179, agosto de dos mil tres, México, Medios Publicitarios Mexicanos, páginas 5 y 48 a 51, en cuya sección Periódicos, según se establece en la parte denominada "Descripción de informes de mercado", se incluye "una selección de datos relativos al mercado, información geográfica, demográfica, económica y publicitaria, que es de utilidad, para mejorar la eficiencia en la evaluación y selección de medios publicitarios", se establece que, ciertos periódicos de Colima que aquí se valoraron, tienen el tiraje siguiente: a) *Diario de Colima* (30,000 ejemplares); b) *Ecos de la Costa* (22,000 ejemplares); c) *El Noticiero de Colima* (20,000 ejemplares); d) *El Mundo desde Colima* (10,000 ejemplares); e) *Panorama* (16,000 ejemplares), y f) *El Correo de Manzanilla* (15,000 ejemplares). En la edición número 168, noviembre de dos mil, precisamente en la página 42,

La regulación de los medios de comunicación en México



además, se indica que el periódico *Comentario de Colima*, tiene un tiraje de 3,000 ejemplares. Con estos datos, se puede establecer, como indicio, que la difusión de la información en esos diarios tuvo un impacto considerable en los ciudadanos, dado el tiraje en que aparecieron las declaraciones indebidas del Gobernador del Estado de Colima y su campaña de comunicación social sobre acciones de gobierno, en el plazo en que estaba prohibido realizarla, así como su frecuencia". (Henríquez, 2003)

En 596 hojas de discusión en si se acreditaban los agravios imputados, en si se admiten las pruebas presentadas, si son previstos en el ordenamiento legal correspondiente y si encuadra en la reciente teoría de la Causal Abstracta de Nulidad, al final, los magistrados del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, por mayoría de votos resuelven anular la elección de Gobernador del Estado de Colima en el año 2003.

Por lo expuesto y fundado, **SE RESUELVE:**

PRIMERO. Se decreta la acumulación de los expedientes SUP-JRC-222/2003, SUP-JRC-223/2003, SUP-JRC-232/2003 y SUP-JRC-233/2003 al expediente SUP-JRC-221/2003.

En consecuencia, glósese copia certificada de la presente ejecutoria en los expedientes SUP-JRC-222/2003, SUP-JRC-223/2003, SUP-JRC-232/2003 y SUP-JRC-233/2003.

SEGUNDO. Se revoca la resolución dictada por el Pleno del Tribunal Electoral del Estado de Colima, el dos de agosto de dos mil tres, por medio de la cual confirmó el cómputo Estatal de la elección de Gobernador y otorgó la constancia de mayoría como Gobernador electo al ciudadano Gustavo Alberto Vázquez Montes.

TERCERO. Se declara la nulidad de la elección de Gobernador del Estado de Colima.

CUARTO. Notifíquese al Congreso del Estado de Colima, para que en términos del artículo 33, fracción XXIII, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Colima, convoque a elecciones extraordinarias. (Henríquez, 2003)

Como aconteció en el caso precedente, Tabasco 2000, se anula la validez de la constancia de mayoría y se ordena la celebración de una elección extraordinaria para Gobernador del Estado de Colima; sin embargo, a pesar de encontrar los elementos para determinar que se incurrió en faltas, adolece de dar vistas, recomendaciones o una amonestación pública por los irregularidades comprobadas; en las que también están involucrados los medios de comunicación; que continúan en estado de impunidad.

Al igual que en el Caso Tabasco, en el Caso Colima, se repite el esquema del desperdicio de los recursos públicos, tanto en el proceso electoral extraordinario celebrado el 7 de diciembre de 2003 (Barreto, 2003) como el ordinario cancelado que se efectuó el 6 de julio de 2003 (Acevedo, 2002), fue el mismo, duplicando la inversión requerida con cargo a la hacienda pública, ya que tanto para ambas contiendas se autorizaron 36 millones de pesos.

El descredito de las instituciones derivó en un evidente abstencionismo en el proceso ordinario 2003 de Colima, si bien en el razonamiento que efectúan en el resolutive los magistrados que votaron a favor del mismo reconocen que la falta de participación ciudadana es multifactorial, pero al evaluar unos de los argumentos esgrimidos por los agraviados concedieron cierta razón al observar que en el citado proceso ante la constante intervención de la autoridad y la descalificación a sus opositores, pareciera indicar que inhibió a los ciudadanos para ir a las urnas.

... en los dos procesos electorales anteriores llevados a cabo en la entidad el grado de participación fue sustancialmente mayor al del que se revisa, es decir, en mil novecientos noventa y siete y dos mil hubo un grado de participación de aproximadamente 69.51% y 66.33%, respectivamente, en tanto que en el proceso electoral local del presente año solamente se contó con un 55.14% de participación electoral, lo cual, atendiendo a las reglas de la lógica, la experiencia y la sana crítica, sin desconocer que la falta de participación puede responder a que varios factores, lleva a concluir, a manera de leve indicio, que ese mayor grado de abstencionismo observado en esta elección (equivalente al 12.9% respecto de 1997, que implica aproximadamente 47,200 electores según la lista nominal del año en curso) pudo haber respondido, en buena medida, a las irregularidades graves que se tuvieron por plenamente acreditadas en los considerandos precedentes, pues es común que en los procesos en que las campañas electorales tienen parte de sustento en descalificaciones respecto de los contendientes, existen amenazas por parte de las autoridades del más alto nivel o en donde hay indebida o excesiva presencia de los cuerpos de seguridad, no existan incentivos para la participación electoral, máxime si parte de tales descalificaciones son cometidas por las propias autoridades del Estado que indebidamente intervienen en las campañas electorales. (Henríquez, 2003)

2.3.3. La elección presidencial 2006

La elección presidencial de 2006, se definió por una diferencia en la votación del 0.58 por ciento entre el competidor ganador Felipe Calderón Hinojosa y su oponente Andrés Manuel López Obrador, debido a las circunstancias que rodearon la declaración del vencedor por parte del IFE y lo cerrado de la votación, hubo una serie de protestas públicas y el afectado recurrió la Causa Abstracta de Nulidad; así lo

La regulación de los medios de comunicación en México



reseña Luis Carlos Ugalde Ramírez⁵³ en su libro “Así lo viví”; relato sobre la preparación de la elección hasta la presentación de su renuncia al cargo de Presidente Consejero del IFE.

Para solicitar que no se declarara la validez de la elección, la Coalición por el Bien de Todos recurrió al criterio de nulidad abstracta –una tesis que desarrolló el Tribunal Electoral para anular elecciones que no cumplieran los principios de comicios libres y auténticos, entre ellos, que existan condiciones de equidad durante las campañas electorales-. Con este criterio por el ejemplo, el tribunal había anulado la elección de gobernador en Tabasco en 2000. (Ramírez, 2008)

El 28 de agosto de 2006, la Sala Superior del Tribunal Federal Electoral desahogó los Juicios de Inconformidad⁵⁴ (Superior, 2006), 376 fueron presentados por los interesados en controvertir los resultados de la elección presidencial de ese año, la Coalición Por el Bien de Todos que postuló a Andrés Manuel López Obrador y el PAN quien buscaba sostener el triunfo de su candidato ganador Felipe Calderón Hinojosa.

“Para reforzar su dicho, la coalición "Por el bien de todos" señala una serie de irregularidades, que considera graves y determinantes para el resultado de la elección, tomando en consideración la estrecha diferencia que hay entre el primero y el segundo lugar de la elección presidencial, que es del .58% de la votación, es decir, de 243,934 votos.

En el caso, las alegaciones expuestas en vía de agravios por la parte actora, encaminadas a que esta Sala Superior no declare la validez de la elección presidencial, consisten fundamentalmente en lo siguiente:

- a) Intervención del Presidente Vicente Fox Quesada en el proceso electoral para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional;
- b) Propaganda negra para denostar al candidato de Presidente de la República de la coalición electoral Por el Bien de Todos;
- c) Propaganda religiosa para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional;
- d) Intervención de empresas en el proceso para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional;

⁵³ Luis Carlos Ugalde Ramírez fue Consejero Presidente del IFE entre el 2003 y el 2006, cargo al que renunció el 14 de diciembre de ese año luego de que el Congreso mexicano una reforma electoral que lo destituiría del cargo. (Ramírez, 2008)

⁵⁴ El Juicio de Inconformidad es medio de impugnación electoral, a través del cual los partidos políticos, y en algunos casos los candidatos, pueden controvertir los resultados de las elecciones federales por error aritmético, nulidad de casillas o de elección, así como por cuestiones de inelegibilidad de candidatos. Tiene como finalidad garantizar la constitucionalidad y legalidad de los resultados de las elecciones de presidente, senadores y diputados federales.

- e) Spots del Gobierno de la República para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional;
- f) Utilización de programas de gobierno en beneficio de la campaña de Felipe Calderón Hinojosa;
- g) Excesivo gasto en medios masivos de comunicación y rebase de topes de gastos de campaña del candidato del Partido Acción Nacional, Felipe Calderón Hinojosa;
- h) Propaganda en el extranjero y de extranjeros para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional;
- i) Precampaña de Felipe Calderón Hinojosa; obteniendo una ventaja indebida y violando el principio de equidad;
- j) Actitud omisa del Consejo General del Instituto Federal Electoral;
- k) Utilización ilegal del padrón electoral para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional;
- l) Llamadas call centers (sic) (durante la campaña y durante la jornada electoral), para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional y denostar la del candidato de la coalición Por el Bien de Todos;
- m) Irregularidades en el Programa de Resultados Electorales Preliminares;
- n) Irregularidades en los cómputos distritales;
- o) Arrogación del Consejo General del Instituto Federal Electoral de atribuciones que no le corresponden;
- p) Parcialidad del Consejo General del Instituto Federal Electoral." (Ramos M. J., 2006)

Los Juicios de Inconformidad recurrieron a los mismos alegatos en una redacción plenamente coincidente teniendo variaciones en lo correspondiente a las peculiaridades de cada estado. "Fue conocido coloquialmente como el recurso madre, porque estableció los argumentos principales de los 240 juicios que la coalición presentaría en muchos distritos del país". (Ramírez, 2008)

De la exposición de agravios enlistados anteriormente, los incisos: b) Propaganda negra para denostar al candidato de Presidente de la República de la coalición electoral Por el Bien de Todos; d) Intervención de empresas en el proceso para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional; e) Spots del Gobierno de la República para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional; g) Excesivo gasto en medios masivos de comunicación y rebase de topes de gastos de campaña del candidato del Partido Acción Nacional, Felipe Calderón Hinojosa; se reflejaron en la propuesta de Reforma Constitucional y Electoral en el año 2007, que envió Felipe Calderón Hinojosa, ya como Presidente de la República Mexicana para su discusión y aprobación en el Poder Legislativo, en materia de acceso a la radio y la televisión.

La regulación de los medios de comunicación en México



Un peligro para México fue el spot que firmó el Partido Acción Nacional; el cual fue expresado como un agravio por la Coalición Por el Bien de Todos y esgrimir que hubo propaganda negra para denostar a su candidato a Presidente de la República. El spots se transmitió en radio y televisión; además se colocó en las redes sociales a partir del 20 de abril de 2006.

Spot: Un peligro para México

Voz en off: (Mientras se construye un muro con ladrillos)

“Este es el segundo piso de la ciudad de México

¿Cómo pagó López Obrador por él? Se endeudó.

Las pensiones: se endeudó.

Triplicó la deuda del DF

Si llega a Presidente, nos va a endeudar más

y vendrá más crisis económica, devaluaciones, desempleo

Estos son los grandes planes de López Obrador.

Un peligro para México. (Mientras el muro se derrumba). (Nacional, 2006)

Otros dos spots en este sentido, el candidato es calificado como el de las mentiras y lo asocian con el entonces presidente de la República de Venezuela, Hugo Chávez, en los que se ejemplifican escenas de enfrentamientos civiles.

A una semana de la elección presidencial del 2 de julio de 2006, el Consejo Coordinador Empresarial inició una campaña publicitaria en radio y televisión en la que sin mencionar directamente su postura política, daba indicios de su preferencia por las políticas públicas vigentes en ese momento, por lo que la Coalición Por el Bien de Todos, estimó la intervención de empresas en el proceso para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional.

Spot1: El gran camino de México

Voz en off:

A lo largo de los últimos años, el país ha creado los mecanismos y las instituciones necesarias para que cada día, surjan más pequeñas empresas que puedan hacerse de su patrimonio y sacar a sus hijos adelante.

Ese el gran camino para México: Crecer, porque al crecer uno, crecemos todos.

Apostarle a algo distinto, es retroceder.

Defendamos lo que hemos logrado.

Consejo Coordinador Empresarial”. (Empresarial, El gran camino para México, 2006)

“Spot2: ¿Son tuyos esos 20 pesos?
Voz en off 1 (Hombre adulto)
Voz en off2 (Un niño). Conversan
Voz en off1: ¿Son tuyos esos 20 pesos?
Voz en off2: Sí, es mi billete. 20 mandados. 20 pesos.
Voz en off1: ¿Y si te digo que hubo una devaluación y que tus 20 pesos ya solo valen 10?
Voz en off2: Me estás mintiendo ¿verdad? Aquí dice 20 pesos. Me estás bromeando.
Voz en off1: ¿No te parece maravilloso que nuestros hijos ya no entiendan lo que nosotros sufrimos tantas veces? Esto es producto de 10 años de estabilidad económica. Apostarle a algo distinto, es retroceder. Defendamos lo que hemos logrado.
Consejo Coordinador Empresarial. (¿Son tuyos esos 20 pesos?, 2006)

De los spots del Gobierno de la República para favorecer la candidatura a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del Partido Acción Nacional, la acusación fue por la campaña que inició el entonces Presidente de la República, Vicente Fox Quezada cuando en enero de 2006, se transmitieron mensajes publicitarios en radio y televisión que difundían los avances de la obra pública de su administración y cuya composición auditiva resaltaba que: “Para seguir avanzado, hay que seguir por el mismo camino (...) Si seguimos por ese camino, mañana México será mejor que ayer”. (Ramírez, 2008)

El 24 de febrero de 2006, en un acatamiento a la orden judicial expedida por la Suprema Corte de Justicia de la Nación⁵⁵, donde fueron impugnados por el Poder Legislativo, se ordenó el retiro de los spots. El gobierno federal tenía autorizado para su publicidad gubernamental para el ejercicio del año 2006, alrededor de 2 mil millones de pesos.

Pasada la elección presidencial, iniciaron los balances en la relación de medios de comunicación y procesos electorales, Raúl Trejo Delarbre se anticipó, a un mes de la jornada electoral del 2 de julio de 2006, derivado de un análisis cuantitativo de la presencia de los candidatos a la Presidencia de la República confirma que la utilización de los medios de comunicación es parte de la competitividad electoral y que

⁵⁵ La Suprema Corte de Justicia de la Nación es el Máximo Tribunal Constitucional del país y cabeza del Poder Judicial de la Federación. Tiene entre sus responsabilidades defender el orden establecido por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; mantener el equilibrio entre los distintos Poderes y ámbitos de gobierno, a través de las resoluciones judiciales que emite; además de solucionar, de manera definitiva, asuntos que son de gran importancia para la sociedad. En esa virtud, y toda vez que imparte justicia en el más alto nivel, es decir, el constitucional, no existe en nuestro país autoridad que se encuentre por encima de ella o recurso legal que pueda ejercerse en contra de sus resoluciones. http://www.scjn.gob.mx/conocelacorte/Paginas/Que_es_la_SCJN.aspx Consultado el 15 de marzo de 2013.

La regulación de los medios de comunicación en México



su uso fue carente de contenidos y sugiere que parte de esa condición obedece al desempeño de los medios de comunicación.

Tampoco los medios de comunicación se pueden ufanar de haber cumplido con sus responsabilidades porque si bien informaron sin incurrir en excesivas parcialidades, se limitaron a registrar acciones y declaraciones sin esforzarse por discutir las, cotejarlas y menos aún para ponerlas en contexto. Cada vez que podían, los medios incluso trataban de incentivar el intercambio de dictérios entre los candidatos. En los terrenos profesional, deontológico y posiblemente mercantil, las empresas de televisión y radio dejaron mucho que desear en la cobertura de estas campañas. (Delarbre, Dinero, eje de las campañas electorales, 2007)

De hecho, el ejercicio de Raúl Trejo, citado anteriormente, la información proviene del monitoreo de medios del IFE y del que también señaló que hubo una aparente equidad en cuanto a los tiempos de exposición de los candidatos, pero en los contenidos, como ya se mencionó, fueron deficientes.

Esta aparente equidad de la que hace mención Delarbre, la ratifica el que fue el organizador de la elección. Luis Carlos Ugalde Ramírez, quien señaló que en cuanto a los anuncios mediante spots, los principales contendientes figuraron en 150 canales de televisión y 240 de radio en todo el país, Andrés Manuel López Obrador (Coalición Por el Bien de Todos) fue el que más segundos transmitió: sus spots sumaron 319 mil segundos, seguido de Roberto Madrazo Pintado (PRI) con 276 mil y Felipe Calderón Hinojosa con 275 mil. (Ramírez, 2008)

En cuanto a los contenidos, Ugalde discrepa de la visión de Delarbre al considerar que hubo un tratamiento equilibrado, pues estimó que el 90 por ciento de las noticias fueron neutras y las que fueron consideradas negativas ocuparon el menor porcentaje y en los candidatos se trataron en iguales términos.

En términos de cobertura noticiosa, los medios de comunicación fueron equilibrados en el tiempo y el tratamiento editorial de las campañas. Se midió la cobertura de 123 noticiarios de TV y 206 de radio, en 35 ciudades del país. Se analizaron 77 mil horas, equivalentes a más de 243 mil piezas periodísticas. AMLO fue quien recibió mayor cobertura: tuvo más de 51 mil menciones, seguido de Madrazo, con 43 mil, y Calderón, con 39 mil. (Ramírez, 2008)

Otra observación que hizo Delarbre con respecto a los medios de comunicación fue en el sentido de la creciente inversión de los recursos públicos en la compra de espacios publicitarios, particularmente en radio y televisión; cuando en un análisis comparado publicado en el mismo año 2007 relató como del año 1994 al 2006 de un 25 por ciento pasó a un 95 por ciento el gasto en estos medios. (Delarbre, 2007)

En la elección presidencial del 2006, desde la experiencia de Ugalde, los tres principales contendientes acreditaron sumas semejantes: “sin incluir la investigación que el IFE había propuesto para conocer el origen y costo de más de 281 mil spots, cuya suma era conocida, Roberto Madrazo gastó 648 millones de pesos, Andrés Manuel López Obrador 616 millones y Felipe Calderón 548 millones”. (Ramírez, 2008)

Los balances acerca de la fórmula política-medios de comunicación entre los investigadores se encaminaron hacia la labor que era necesaria para reforzar aquello en lo que existan aciertos y corregir lo que sea necesario para los procesos electorales venideros, afirmó Juan Manuel Martínez Trejo, en un artículo publicado el 24 de septiembre de 2006 avalado por el Observatorio de Medios. (Trejo, 2006)

Elvira García reprodujo en la edición 99 de la Revista Mexicana de Comunicación, la columna que publica en el diario El Universal, en la que dijo que: “Los medios perdieron de vista su papel de guías de una comunidad, por ello, casi ninguno profundizó en las propuestas de campaña de los candidatos, en el qué y el cómo de un proyecto de nación que es, junto con la honestidad y la calidad moral, lo que debiera importarnos más a la hora de votar por un candidato”. (García, 2006)

A como sostiene el en ese momento jefe del Departamento de Sociología de la UAM-Iztapalapa, Víctor Alarcón Olguín, en su artículo publicado en la revista CONfines de fecha enero-mayo de 2006, todo los involucrados en el tema, deben participar.

En este momento, conviene asumir la tarea que todos somos parte de los medios, como bien lo percibe José Woldenberg. Los retos de una democracia obligan a intervenir en cada una de las etapas del proceso comunicativo, si se pretende elevar la calidad de nuestras democracias. Un buen gobierno es un esfuerzo permanente que nunca puede pretender llegara un umbral de perfección, pero que sí puede aspirar a uno de perdurabilidad. Los medios de comunicación son eso: instrumentos que nos permiten vincular unos con otros para tratar de mejorar la convivencia colectiva. Y si es en la democracia, tanto mejor. (Olguín, 2006)

La regulación de los medios de comunicación en México



Además, el 50 por ciento de los informes presentados por los Visitantes Extranjeros que efectuaron una tarea de observación de las elecciones señalaron recomendaciones para cuidar el contenido de la propaganda electoral. Los reportes presentados el 23 de agosto de 2006, reflejan la percepción en diversos rubros desde la organización hasta la jornada electoral del 2 de julio de 2006. Entre esos, las expresiones en las campañas.

La Unión Europea opinó en cuanto a las Campañas: “Se da en un ambiente de descalificaciones personales y acusaciones entre candidatos, en detrimento de la información sobre sus programas de gobierno y propuestas”. (IFE, 2006)

Por su parte, el Instituto Nacional Demócrata de Estados Unidos recomendó en particular a los partidos políticos que: “Durante las campañas deben evitar, en lo posible, las campañas provocativas y los ataques personales, incrementando sus esfuerzos para difundir plataformas”. (IFE, 2006)

Finalmente, Global Exchange señaló en cuanto al Desarrollo de la Jornada Electoral que: “El periodo electoral estuvo marcado por campañas de descalificación y actividades negativas, protesta civil, así como la altamente difundida actividad policial. Estos factores han tenido efectos sensibles en el proceso electoral y la consolidación continuada de la democracia”. (IFE, 2006)

El Dictamen relativo al cómputo⁵⁶ final de la elección del presidente de los Estados Unidos Mexicanos, del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación emitido el 5 de septiembre confirmó el triunfo del candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa con 14 millones 916 mil 927 votos sobre los 14 millones 683 mil 96 de Andrés Manuel López Obrador. Posteriormente, procedió a la calificación de la validez de la elección⁵⁷, determinando su legalidad y transparencia, sin prosperar la Causa Abstracta de Nulidad.

⁵⁶ El cómputo de votos es un análisis legal y cuantitativo de los votos.

⁵⁷ La calificación de la elección es un análisis cualitativo de las condiciones en las que se desarrollaron las campañas electorales y la jornada electoral.

Al igual que en los casos anteriores, el resolutivo propició la vulnerabilidad de las instituciones y el desequilibrio de los Poderes ya descritas al principio de este apartado; así como conflictos postelectorales; que se caracterizó por la autoproclamación de López Obrador con el título de Presidente Legítimo de México y el nombramiento de un gabinete, el 20 de noviembre del 2006. Por los próximos 6 años, recorrió la República Mexicana en un enfrentamiento verbal con las instituciones a las que desconoció.

2.3.4. Caso Tabasco 2006

En el caso del Juicio de Revisión Constitucional (Daza, 2006) relacionado con el proceso electoral ordinario 2006 para elegir al titular del Poder Ejecutivo de Tabasco, por segunda ocasión esta entidad federativa experimentó la posibilidad de la nulidad de la elección por los componentes de la misma, pero en particular por el supuesto comportamiento inequitativo de los medios de comunicación. Aunque al final, el fallo confirmó la elección; quedó en constancia pública de la actuación del periodismo local.

En el año 2006, la elección de Gobernador del Estado de Tabasco concurrió a los tribunales en busca de la Causa Abstracta de Nulidad por parte de los promoventes del Juicio de Revisión Constitucional SUP-JRC-598/2006, que entre otros elementos del litigio, se recurrió a la falta de equidad informativa.

Sostuvo la responsable a partir de la valoración de las pruebas obrantes en autos, en particular de los monitoreos realizados por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Tabasco, en cumplimiento al acuerdo CE/2006/038, aprobado por el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de la entidad; adminiculados con los documentos de asignación de presupuesto al Partido de la Revolución Democrática; de los oficios del Instituto Electoral en los que dio a conocer a la aquí actora el catálogo de estaciones de televisión y horarios; así como del diverso oficio suscrito por la propia coalición, en el que manifestó interés en contratar espacios en radio y televisión, que valoró en forma individual y conjunta (fojas 153 y 154 de la resolución impugnada), contra lo sostenido por la recurrente, que la distribución del tiempo de transmisión de las actividades de los partidos políticos fue proporcional, esto es, que las fuerzas políticas, en igualdad de condiciones, tuvieron oportunidad y accedieron a los medios de comunicación, en la forma y términos que decidieron hacerlo, sin limitante alguna.

Destacó el Tribunal, que en especial a través del monitoreo referido, quedó de manifiesto que la coalición no sólo accedió a los medios de comunicación electrónica, sino también que tuvo mayor cobertura televisiva e impresa, incluso, que el partido que resultó vencedor en la contienda electoral. (Daza, 2006)

Los monitoreos desde su adopción en las elecciones en Tabasco, en el proceso electoral ordinario 2006⁵⁸, centran en el uso de la metodología cuantitativa sobre la cualitativa; sus informes privilegian la presentación del número de impactos para determinar una frecuencia de presencia en los medios de comunicación sobre el tratamiento informativo.

F) UTILIZACIÓN DE CALUMNIAS E INJURIAS DURANTE LA CAMPAÑA.

En un distinto orden de ideas, corresponde abordar el estudio de los agravios que la coalición actora identifica en el apartado IV de su escrito de demanda y que controvierten particularmente las consideraciones del tribunal responsable agrupadas bajo el tópico “utilización de calumnias e injurias de campaña en contra de la coalición “Por el Bien de Todos” y el Partido de la Revolución Democrática, su candidato César Raúl Ojeda Zubieta y Andrés Manuel López Obrador”.

A ese efecto, la coalición actora combate las consideraciones de la responsable en cuatro vertientes:

1. La realización de actos vinculados con propaganda del PRI;
2. La realización de actos vinculados con propaganda del PAN;
3. La propaganda difundida por un militante del PRD, Arturo Abreu Ayala, a favor del candidato del PRI, y;
4. La omisión, inactividad, tolerancia y consentimiento del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, de no frenar la guerra sucia que el Partido Acción Nacional realizó en contra de la coalición actora. (Daza, 2006)

Lo anterior, está relacionado con el hecho de que a un par de eventos registrados en los medios de comunicación cercanos a la jornada electoral del 15 de octubre de 2006 fueron objeto de acciones coercitivas de parte de la autoridad electoral, por la vulneración de preceptos legales, al estimar que se incurría en denostaciones de los participantes en el proceso electoral.

⁵⁸ De hecho, es preciso observar que para el año 2012, el monitoreo de medios estableció incursionar en la valoración cualitativa, sin embargo, careció de los elementos metodológicos para plantear la evaluación, por lo que se limitó a la presentación de datos cuantitativos, que al final, no afectaron a esa elección.

2.3.4.1 Casos: Nuevo Tiempo, Ojo Paisano, Revivir y Cuidado

El 4 de octubre de 2006, el Consejo Estatal del IEPCT aprobó el Acuerdo identificado como CE/2006/060, en el que determinó el retiro de promocionales en estaciones radiofónicas, que protagonizaban un enfrentamiento entre candidatos al Gobierno del Estado de Tabasco; (Acosta J. M., CE/2006/060, 2006) a las que identificó como Propaganda Electoral Negativa⁵⁹.

Por su parte, la Coalición por el Bien de Todos, integrado por el Partido de la Revolución Democrática, el del Trabajo y Convergencia, presentaba su visión de la administración pública estatal que estaba por fenecer.

Spot único: Coalición “Por el bien de todos” Promocional de César Raúl Ojeda Zubieta candidato a gobernador versión “nuevo tiempo”, de 1 minuto de duración:

“Tabasco es un estado rico, con un pueblo pobre; años y mas años de política corrupta, insensible, egoísta; han dejado a muchos tabasqueños sin oportunidades de progreso y sin futuro. Pero tú sabes que Tabasco puede ser un lugar con oportunidades para todos, para los jóvenes, para las mujeres, con protección y cariño para nuestros niños y para nuestros abuelos. Para lograr ese sueño, Tabasco necesita un cambio nuevo, necesita un cambio verdadero. El 15 de octubre, con tu voto va a comenzar un nuevo tiempo de respeto, de esperanza, de trabajo y de alegría. Vota por el cambio verdadero.

Raúl Ojeda, Gobernador. Tabasco lo quiere. (Acosta J. M., CE/2006/060, 2006)

Una segunda versión en ese sentido fue la que se transmitió donde el protagonista del mensaje era el Senador de la República, Arturo Núñez Jiménez; quien originalmente pertenecía a las filas del PRI, pero al ser derrotado 6 años antes por el que se convirtió en el Gobernador del estado, Manuel Andrade Díaz, se separa de este partido y engrosó las filas de su enemigo natural en Tabasco, el PRD.

Spot único: Coalición “Por el bien de todos”, Promocional de Arturo Núñez Jiménez, versión “Ojo paisano”, de 30 segundos de duración:

¡Mucho ojo paisano!, ¡mucho ojo paisano! Soy Arturo Núñez, sostengo que el Madracismo es un peligro para Tabasco y Andrés Granier es su candidato. Por eso este 15 de octubre ya no más de lo mismo, vota por la coalición “Por el bien de todos”, vota por César Raúl Ojeda Zubieta ¡pero mucho ojo compa! Este 15 de octubre hay que votar por Raúl Ojeda y la Coalición. (Acosta J. M., CE/2006/060, 2006)

⁵⁹ La propaganda electoral debe ser positiva, es decir, debe propiciar la exposición, desarrollo y discusión racional ante el electorado de los acciones y programas fijados por los partidos políticos y coaliciones en su Plataforma Electoral evitando así la Propaganda Electoral Negativa, la cual contrarresta las ideas, postulados y fortalezas propias que además busca reducir el número de sufragios a favor de los demás abanderados, partidos y coaliciones contendientes en el proceso electoral. (Acosta J. M., CE/2006/060, 2006)

Una tercera participación fue la que estuvo a cargo del candidato Oscar Cantón Zetina de la misma Coalición de la que era representante Raúl Ojeda Zubieta.

Spot único: Coalición “Por el bien de todos”, Promocional de Oscar Cantón Zetina, versión “Revivir”, de 20 segundos de duración:
“Vota por Cantón vota por Cantón. Soy Oscar Cantón ¿Recuerdas el fraude electoral que nos hizo Andrés Granier el 9 de abril? No permitamos otro robo, votar por Granier es revivir a Madrazo, vota el 15 de octubre por el verdadero cambio en Tabasco, vota por Raúl Ojeda para Gobernador y los candidatos de la Coalición Por el bien de todos. Vota por Cantón vota por Cantón. (Acosta J. M., CE/2006/060, 2006)

En respuesta, el Partido Acción Nacional y su candidato a Gobernador, Juan Francisco Cáceres De la Fuente, respondió a lo expuesto por su contrincante de la siguiente manera:

Spot 1: Partido Acción Nacional, Promocional institucional, versión “¡Cuidado! 1”, de 30 segundos de duración:

“¿Cómo es posible que Raúl Ojeda pueda decir que Tabasco lo quiere?, ¿Queremos que nuestro estado viva fuera del desarrollo del país? ¿Queremos que nuestro estado sufra los atropellos que han promovido en otras ciudades?, ¿Generando pérdidas económicas y desempleo?, ¿Queremos un estado en paz y en crecimiento? o ¿un estado en permanente violencia?, ¡Cuidado! Tabasco no lo quiere”.

Spot 2: Partido Acción Nacional, Promocional institucional, versión “¡Cuidado! 2”, de 20 segundos de duración: “

¿Cómo es posible que Raúl Ojeda pueda decir que Tabasco lo quiere?
¿Queremos que nuestro estado sufra los atropellos que han promovido en otras ciudades? ¿Generando pérdidas económicas y desempleo?,
¿Queremos un estado en paz o un estado en permanente violencia?
¡Cuidado! Tabasco no lo quiere”.

Spot 3: Partido Acción Nacional, Promocional de Juan Francisco Cáceres de la Fuente candidato a Gobernador, versión “Mexicanos”, de 20 segundos de duración:

“Ojeda anuncia que de ser gobernador, no reconocerá al presidente de la República, miles de mexicanos se han quedado sin empleo y más de cuatro mil millones de pesos en pérdidas por los plantones. Esto no es lo que necesita Tabasco, Tabasco necesita un gobernador que pueda traer las inversiones para que tengas empleo y seguridad. Juan Cáceres, Gobernador. Vota PAN”.

Spot 4: Partido Acción Nacional, Promocional institucional, versión “Pobres Campesinos”, de 20 segundos de duración:

“Raúl Ojeda despojó de cuatro mil doscientas noventa hectáreas a un grupo de campesinos de Jonuta. ¿Por qué lo hace?, él tiene el pan de comer para sus hijos. Nosotros somos pobres campesinos. No sé vale

que la ambición de uno le quite todo a los que menos tienen. ¿Quiere ser gobernador?, ¿Qué va a pasar con el señor?, ¿Cuántas tierras conocidas se va a querer agarrar? Si esto hizo como ganadero ¿Qué no hará como Gobernador?”.

Spot 5: Partido Acción Nacional, Promocional institucional, versión “Venderlo todo”, de 20 segundos de duración:

“Raúl Ojeda despojó de cuatro mil doscientas noventa hectáreas a un grupo de campesinos de Jonuta. ¿Qué va a hacer por el bien de todos?, ¿Qué quiere ser Gobernador?, ¿Quién lo puede querer así? No se vale que la ambición de uno le quite todo a los que menos tienen. Si llega a agarrar a Villahermosa y llega a ser Gobernador es capaz de venderlo todo. Si esto hizo como ganadero ¿Qué no hará como Gobernador? (Acosta J. M., CE/2006/060, 2006)

Este caso concluyó con la imposición de multas económicas de 3 mil y 5 mil salarios mínimos vigentes en el estado de Tabasco, entre los 162 mil y 270 mil pesos mexicanos, con la vista del asunto al Tribunal Electoral de la entidad y la advertencia que de persistir en su actitud, se castigaría con el recorte de hasta un 50 por ciento del financiamiento público a los partidos políticos. Posteriormente, los spots fueron retirados y el tema se dio por concluido.

2.3.4.2. Casos: La Lotería, El Pejecel y el Mapachacel

Otro caso que se suscitó fue el conocido mediáticamente como el Pejecel y Mapachacel y la difusión de spots en radio de mensajes que contravenían la normatividad electoral vigente. (Acosta J. M., CE/2006/066, 2006)

El Acuerdo del Consejo Estatal del IEPCT identificado como CE/2006/066 consistió en el ordenamiento al acatamiento de la veda electoral a la asociación civil denominada “Iniciativa XXI”; así como a las radiodifusoras XEVT 970 de Amplitud Modulada y XHJAP 90.9 de Frecuencia Modulada y los periódicos Tabasco Hoy y El Criollo; la primera estación perteneciente al Grupo Telerreportaje y las últimas a Editorial Acuario o Grupo Cantón.

El caso inició con el reporte del Departamento de Comunicación Social del IEPC en el ejercicio de la metodología para el seguimiento de los espacios publicitarios anteriormente descrito y en el que detectó la presencia del spot de radio, que se reproduce seguidamente, a una semana de la contienda electoral, los días 11, 12 y 13 de octubre.

La regulación de los medios de comunicación en México

Asociación “Iniciativa Veintiuno”, Promocional institucional, Versión: “La Lotería”, de 20 segundos de duración.

Diálogo con voz en off: “El gordo, La abeja, Los mapaches, El químico, Los corruptos. ¡Lotería! con el futuro no se juega. Este 15 de octubre tu voto decide el destino de tabasco. (voz niña) Por favor al votar piensa en nosotros. Gracias.

Anuncio pagado por Iniciativa Veintiuno. (Acosta J. M., CE/2006/066, 2006)

Las referencias de los personajes mencionados en el spot hacen alusión a los conceptos con los que se conocían popularmente al entonces Gobernador del Estado, Manuel Andrade Díaz, a Joel Cárdenas Arronis operador político de éste, a los priístas y al candidato a Gobernador en esa elección, Andrés Rafael Granier Melo.

En tanto que en los medios impresos antes mencionados, se publicó el siguiente anuncio patrocinado por la misma asociación en comentario.

Mensajes del Pejecel, mensajes recibidos y leídos por Obrador del 19 de septiembre al día de hoy, ¿Quieres enviar tu mensaje? ¡Es muy sencillo!, 1) Escribe en tu celular un mensaje de texto breve, preferentemente acompañado de tu nombre (con o sin apellidos), 2) Envíalo o llama al número telefónico del “Pejecel”, 3) Velo publicado al día siguiente en tabasco hoy. Puedes consultar la lista completa de mensajes en tabascohoy.com.mx, sigue enviando tu opinión o comentario al número celular 9932066851. (Acosta J. M., CE/2006/066, 2006)

El otro anuncio impreso que se consideró en el análisis del Acuerdo CE/2006/066, se estudió como un sondeo de opinión que también contravenía la veda electoral⁶⁰; puesto que contenían opiniones en contra de un actor en la contienda electoral, y en consecuencia violaba la etapa de reflexión razonada que la ley Electoral señala; expuso el documento.

¡Mapachecel!, ¿Qué opinas de las mapacherías del PRI para comprar votos a favor de Granier? Envíanos un mensaje de texto breve, sigue enviando tu opinión o comentario al número celular 9932136451. (Acosta J. M., CE/2006/066, 2006)

⁶⁰ Veda electoral es el tiempo en el que se debía abstenerse del uso de mensajes previos a la jornada electoral, el 19 de octubre de 2006; precisamente el párrafo Cuarto, del artículo 185 en razón de que tiene por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos

El Acuerdo ordenó el retiro inmediato de los mensajes anteriores y notificó a las autoridades relacionadas con la materia, para esa época, la Secretaría de Gobernación, la Secretaría de Comisiones y Transportes y la Comisión Federal de Telecomunicaciones.

En el 2006, también como parte de la normatividad vigente se emitieron los Lineamientos Generales aplicables a la Prensa, Radio y Televisión, respecto de la información o difusión de las actividades de campaña de los Partidos Políticos y Coaliciones (Acosta J. M., 2006); documento que se adoptó y adaptó en consonancia con el ordenamiento federal, emitido con el mismo fin; que por su naturaleza; la observación de los mismos quedó a criterio de los medios de comunicación.

De la misma manera se pidió cuidar criterios de equidad informativa, la diferencia entre notas informativas y los juicios personales de conductores, comentaristas y analistas políticos; el respeto a la vida privada de los candidatos y procurar el derecho de réplica. Sus alcances se desconocen toda vez que el seguimiento informativo que se hizo de los medios de comunicación como ya se citó anteriormente, se limita a la cuestión cuantitativa sobre la cualitativa.

Finalmente, el Tribunal desestimó el agravio sobre la falta de acceso a los medios de comunicación en materia publicitaria, al tenor del siguiente razonamiento.

H) INEQUIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

... Sostuvo la responsable a partir de la valoración de las pruebas obrantes en autos, en particular de los monitoreos realizados por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Tabasco, en cumplimiento al acuerdo CE/2006/038, aprobado por el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de la entidad; adminiculados con los documentos de asignación de presupuesto al Partido de la Revolución Democrática; de los oficios del Instituto Electoral en los que dio a conocer a la aquí actora el catálogo de estaciones de televisión y horarios; así como del diverso oficio suscrito por la propia coalición, en el que manifestó interés en contratar espacios en radio y televisión, que valoró en forma individual y conjunta (fojas 153 y 154 de la resolución impugnada), contra lo sostenido por la recurrente, que la distribución del tiempo de transmisión de las actividades de los partidos políticos fue proporcional, esto es, que las fuerzas políticas, en igualdad de condiciones, tuvieron oportunidad y accedieron a los medios de comunicación, en la forma y términos que decidieron hacerlo, sin limitante alguna.

Destacó el Tribunal, que en especial a través del monitoreo referido, quedó de manifiesto que la coalición no sólo accedió a los medios de comunicación electrónica, sino también que tuvo mayor cobertura

La regulación de los medios de comunicación en México

televisiva e impresa, incluso, que el partido que resultó vencedor en la contienda electoral.

Porque, puntualizó, si bien ese medio de convicción acredita que durante los dos primeros periodos monitoreados, que comprenden del diecinueve al treinta y uno de julio y del primero al trece de agosto de dos mil seis, la coalición no contrató ningún tipo de espacios publicitarios, cierto es que a esa fecha se le había otorgado presupuesto y dado acceso al catálogo de medios elaborado por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco; como también lo fue que tal situación varió en el período del veintiocho de agosto al veintiséis de septiembre del presente año, captado a partir del tercero y hasta el último monitoreo realizado, en el que elevó considerablemente su actividad publicitaria, contratando un total de mil doscientos ochenta y siete spots, número superior al contratado por el Partido Revolucionario Institucional, que en ese lapso tuvo al aire setecientos ochenta y un spots.

A partir de la información anterior, el Tribunal Electoral estatal concluyó que debía desestimarse el agravio atinente, porque se acreditó que atendiendo a una estrategia política, sin limitación de ningún tipo, la coalición, con los medios a su alcance, prefirió intensificar su actividad publicitaria en los últimos meses de la campaña electoral, hecho que no resultaba reprochable a ningún otro ente político, como tampoco a los medios de comunicación, sino, en su caso, una consecuencia directa de su propia estrategia. (Daza, 2006)

2.4. La discusión de la reforma electoral

2.4.1. La iniciativa de la Reforma

De las experiencias vividas con la Causa Abstracta de Nulidad, el presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa envió la iniciativa de Ley para Reforma Política de Estado, que se promulgó el 13 de abril de 2007 y que precedió a la modificación al texto legal y electoral mexicano en materia de acceso a los medios de comunicación como prerrogativas de los partidos políticos para los procesos electorales. La iniciativa fue presentada por el Senado de la República el 31 de agosto de 2007; representado por el priísta, Manlio Fabio Beltrones Rivera.

La iniciativa fue turnada para su estudio y análisis a las Comisiones de Gobernación y Puntos Constitucionales; quien solicitó la opinión de su homóloga en materia de Radio, Televisión y Cinematografía. Los trabajos de éstas derivaron en la emisión de, en menos de 15 días, de los Dictámenes correspondientes y para los que se convocó a reuniones para su lectura que iniciaron en trabajos permanentes el 5 de

septiembre de 2007 y alcanzó su mayor discusión los días 11 y 12 de septiembre de 2007 en el Senado de la República. En la exposición de motivos, del Proyecto de Iniciativa se señalaron tres objetivos.

El primer objetivo es disminuir en forma significativa el gasto en campañas electorales, lo que se propone alcanzar mediante la reducción del financiamiento público, destinado a tal propósito: en un setenta por ciento en las elecciones en que solamente se renueva la Cámara de Diputados, y del cincuenta por ciento en las elecciones en que se renuevan el Poder Ejecutivo y las dos Cámaras del H. Congreso de la Unión.

Una nueva forma de cálculo del financiamiento público anual para actividades ordinarias de los partidos políticos hará posible que no siga creciendo, como ha sido hasta ahora, con motivo del incremento en el número de partidos políticos nacionales. La forma propuesta permite claridad y transparencia sobre el costo que el sistema de partidos, es decir una parte fundamental del sistema democrático, implica para la sociedad. Para decirlo de manera clara y sencilla: con la nueva forma de cálculo propuesta por esta Iniciativa, el financiamiento público a los partidos políticos nacionales supone que cada ciudadano inscrito en el padrón aportaría, anualmente, 35 pesos con 40 centavos.

Pero, además, se proponen límites mucho menores a los hoy vigentes para el financiamiento privado que pueden obtener los partidos políticos, lo que, de aprobarse, se reflejaría en una reducción de más del 85 por ciento en el monto absoluto que cada partido podría recibir anualmente por esos conceptos. (Documentación, 2007)

Además, en este mismo objetivo justifica su intención en el hecho de establecer medidas preventivas en contra del uso de recursos ilegales que puedan influir en la vida de los partidos políticos y sus campañas electorales. En ese sentido, también se propuso la reducción de los periodos de las mismas. Como un segundo objetivo, la propuesta de Decreto, alegó el fortalecimiento institucional de la autoridad electoral.

Un segundo objetivo es el fortalecimiento de las atribuciones y facultades de las autoridades electorales federales a fin de superar las limitaciones que han enfrentado en su actuación. De esta manera, el Instituto Federal Electoral vería fortalecida su capacidad para desempeñar su papel de árbitro en la contienda, mientras que al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación la Iniciativa propone perfeccionar su facultad para decidir la no aplicación de leyes electorales contrarias a la Constitución Federal, en armonía con la calidad de Tribunal Constitucional que la propia Constitución reserva para la Suprema Corte de Justicia de la Nación. Fortalecer la autonomía del Instituto Federal Electoral es propósito directo y central de esta Iniciativa. Como lo es también en lo que hace al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (Documentación, 2007)

Dentro de este mismo propósito, el legislador inserta el tema de la renovación escalonada de los consejeros electorales del IFE y de los magistrados del Tribunal

La regulación de los medios de comunicación en México



Federal Electoral; a fin de aprovechar la experiencia de los que se quedan y las ideas que arribarían con los nuevos nombramientos.

El tercer objetivo que se persigue con la reforma constitucional propuesta es de importancia destacada: impedir que actores ajenos al proceso electoral incidan en las campañas electorales y sus resultados a través de los medios de comunicación; así como elevar a rango de norma constitucional las regulaciones a que debe sujetarse la propaganda gubernamental, de todo tipo, tanto durante las campañas electorales como en periodos no electorales.

Quienes suscribimos la presente Iniciativa nos hemos comprometido a diseñar y poner en práctica un nuevo modelo de comunicación entre sociedad y partidos, que atienda las dos caras del problema: en una está el derecho privado, en la otra el interés público. En México es urgente armonizar, con un nuevo esquema, las relaciones entre política y medios de comunicación; para lograrlo, es necesario que los poderes públicos, en todos los órdenes, observen en todo tiempo una conducta de imparcialidad respecto a la competencia electoral.

Las garantías individuales que nuestra Constitución reconoce y consagra son para las personas, no para las autoridades; éstas no pueden invocar como justificación o defensa de sus actos tales principios. La libertad de expresión es una garantía individual ante el Estado; los poderes públicos no están protegidos por la Constitución; son las personas, los ciudadanos, a los que la Constitución protege frente a eventuales abusos del poder público". (Documentación, 2007)

Un cuarto y quinto objetivo expresado por los legisladores como la consolidación del sistema de partidos políticos y mayor fiscalización de los recursos que se emplean en éstos.

Sin embargo, el ejercicio de lectura del día 11 de septiembre de 2007 fue particular porque en un hecho inédito, se televisó por espacio de cuatro horas, el enfrentamiento verbal protagonizado por los empresarios de la radio y la televisión, organizados en la CIRT, en contra de los Senadores. Aunque como se menciona en los documentos que relatan el proceso legislativo, la iniciativa señalaba cinco objetivos, la discusión se centró en la prohibición de la compra de espacios publicitarios en los medios de comunicación en las campañas electorales.

2.4.2. El rechazo de los medios de comunicación

El autonombrado representante de la industria de la radio y la televisión fue el periodista Pedro Ferríz de Con⁶¹; quien se encargó de asentar el rechazo a la iniciativa de Ley. En su disertación, Ferríz de Con, precisó que hablaba en nombre la CIRT, que como nunca antes se encontraba junta, completa y al unísono, reaccionando; no dialogando ante el Senado por lo que consideró un secuestro del país por parte de los congresistas. (Televisión, You Tube, 2007)

Calificó la posición del Senado como pueril y ridícula, por su intención de trasladar los gastos de campaña que, desde su perspectiva, deberían pagar los partidos políticos y no lo representantes de los medios de comunicación. Reconoció el carácter social de éstos, pero dejó en claro la diferencia entre este concepto y el de corte social, en ese contexto, señaló que la parte de sociedad mercantil se sostiene de la venta de publicidad.

Atribuyó la actitud del Senado lejos de la ética política y cerca de una negociación, en la que declaró que los medios de comunicación quedaban en estado de indefensión, al estar los legisladores en control del tema y de la decisión de la regulación de los medios de comunicación.

Junto a él, hicieron eco del rechazo a la propuesta de regulación, los periodistas de las grandes televisoras antagónicas en el mercado de medios, pero que en ese momento, convergieron en la defensa de sus posturas como los titulares de los principales noticieros nocturnos: Joaquín López-Dóriga de Televisa y Javier Alatorre de Televisión Azteca. (Rueda, 2007)

2.4.3. El debate parlamentario

El 12 de septiembre de 2007, al retomarse la Sesión Permanente de las Comisiones unidas de Gobernación y Puntos Constitucionales con Radio, Televisión y Cinematografía; ambas presididas por los senadores del PAN, Santiago Creel Miranda y José González Morfín; en el estudio y análisis de los legisladores y al momento de dar a conocer las posturas de sus fracciones parlamentarias, respondieron a los

⁶¹ Pedro Ferriz de Con fue señalado en los Juicios de Inconformidad por sesgo informativo a favor del entonces candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, al cual en el razonamiento del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación no hubo cómo acreditar lo demandado por la Coalición Por el Bien de Todos.

La regulación de los medios de comunicación en México



señalamientos de los industriales de la radio y la televisión, aduciendo en todo momento, la evidente lucha por el recorte de 3 mil millones de pesos a los gastos de publicidad en campañas electorales.

Los senadores de oposición al régimen panista de ese entonces como el Partido del Trabajo y de la Revolución Democrática, defendieron la Iniciativa de Decreto, al considerar que se debía contenerse a los poderes fácticos como lo señaló el senador petista, Alejandro González Yáñez.

Frenar a los poderes fácticos como los grandes electores y recuperar para la ciudadanía su derecho al voto libre y razonado, es un tema superior, de gran envergadura, que persigue ni más ni menos el verdadero ejercicio democrático del sufragio.

Destacamos, en primer término, que se busca reducir el costo generado por la mediatización y la espotización de las campañas electorales.

Los ciudadanos y los medios de comunicación han reclamado que se disminuya el costo de las elecciones. Con esta reforma estamos atendiendo esa demanda.

Los Senadores del Partido del Trabajo, desde un inicio, dejamos clara nuestra postura a este respecto. Nos manifestamos en contra de la espotización de la política, porque profundiza la inequidad de las campañas y aleja a los electores de lo que es fundamental: El debate de ideas y la comparación de plataformas electorales.

El proceso que estábamos viviendo no ofertaba ideas. Ofertaba productos de la mercadotecnia política como si fuesen productos comerciales. En el proceso electoral federal del año pasado, se destinaron 6 de cada 10 pesos de la prerrogativa pública para contratar anuncios y spots en radio y televisión. La reforma cierra de manera tajante esta posibilidad. Ya no habrá más despilfarros en la promoción mediática de candidatos y partidos políticos.

No nos engañemos. A algunos medios electrónicos de comunicación no les interesa la democracia. A esta “telecracia” antidemocrática sólo les interesa el dinero; y han hecho del proceso electoral un mercado para la realización de un vil negocio a costa de los ciudadanos. (Documentación, 2007)

Coincidente con esta idea y en contra de la descalificación de la Iniciativa de Decreto hecha por los empresarios de la radio y la televisión a través de sus principales conductores, también participaron en la exposición, los senadores Arturo Núñez Jiménez, Pablo Gómez Álvarez y Carlos Navarrete Ruiz; el legislador habló del intento de los medios de comunicación de doblegarlos con los comentarios expresados en sus noticieros; a los que llamó de brutal campaña.

¿Cuáles intereses estamos tocando? Hoy muchos millones de mexicanos seguramente estarán al pendiente de esto y coincidirán con lo que voy a decir aquí. Estamos tocando por la vía de la reforma constitucional a intereses fácticos, mediáticos, intereses que asumen, que porque son concesionarios o permisionarios de un bien público, que se les olvida con mucha frecuencia eso, pueden imponerse al Estado y a sus órganos, y pueden poner de rodillas a partidos, a candidatos, a legisladores y a todos en la sociedad porque controlan el acceso a la televisión y a la radio, y eso no puede seguir más, eso es lo que estamos parando en seco, eso es lo que estamos impidiendo con la reforma.

Y sí, sí compañeras y compañeros Senadores, claro que enfrentamos riesgos, claro que enfrentamos costos, claro que estamos enfrentando un poder grande en el país, que por cierto autocráticamente hay que decir que partidos gobernantes, políticos y legisladores contribuimos durante muchos años a fortalecer con nuestro comportamiento, porque todos, de todos los partidos, asumo esa responsabilidad pública de decirlo, todos fuimos a tocar las puertas traseras de las empresas para entrar a la competencia electoral.

Hay que reconocerlo y corregirlo de fondo, hay que ubicar la nueva competencia electoral con los tiempos del Estado en manos de un Instituto Federal realmente autónomo y con mayores facultades, con transparencia, atendiendo a la fuerza de cada partido y candidato; hay que parar el “trasiego” de recursos de las arcas públicas, que terminamos los partidos siendo sólo elementos de transferencia de presupuesto a las cuentas particulares de las empresas de los medios de comunicación electrónicos.

Y sí, están muy molestos; sí, tienen muchas críticas; sí, han lanzado sobre el Senado de la República una campaña brutal en las televisoras y en la radio; sí, pretenden doblar al Senado; sí, han lanzado amenazas públicas y privadas; sí, pero se les olvida una cosa, y hago mía la frase de un colega Senador coordinador: Los poderes fácticos podrán doblar a un político, pero no pueden ni deben doblar un poder; y el Senado de la República tiene responsabilidades mayores a la fortaleza individual de cada uno de nosotros. (Documentación, 2007)

Se sumó a esta perspectiva de fortaleza del Senado y parafraseó lo dicho por su homólogo del PRD, Carlos Navarrete Ruíz, el priísta y titular de la Cámara, Manlio Fabio Beltrones Rivera, quien cuestionó la defensa de los medios de comunicación al preguntar, qué es lo que se estaba litigando: al país de los spots y los raitings o el derecho de los ciudadanos a obtener información que sirva para orientar sus decisiones.

Pero hoy, hoy es la hora de desvanecer las legítimas dudas que en torno a esta Reforma Electoral se han planteado; pero también el momento de no permitir, de no permitir las mentiras que a la luz del proceso legislativo, se han desatado, ahora que estamos adoptando un nuevo modelo electoral para consolidar a nuestra democracia.

En las últimas horas, y hay que decirlo, hemos escuchado muchas de estas mentiras que en lugar de informar, muestran que están desinformados.

Que quede muy claro, nada hay, nada hay en la Reforma Electoral que atente contra la libertad de expresión. Los ciudadanos y quienes laboran en los medios, podrán, como debe ser, hacer uso de su voz hoy, mañana y siempre para expresar lo que quieren; aún si lo que dicen, puede faltar a la verdad.

La regulación de los medios de comunicación en México



Dicho lo anterior, y sabiendo que no es materia la libertad de expresión, que queda salvaguardada en este dictamen, que puede pasar a modificar a nuestra Constitución, sólo valdría recordar y citar a un constitucionalista de mi respeto, que valdría siempre recordar: “La libertad de expresión -dice- no es el derecho a mentir; no es un sinónimo de difamación y calumnia; no es el derecho a desdibujar la realidad; no es el derecho a confundir a la audiencia; no es el avasallamiento a otros derechos humanos; no es la sustitución de tribunales y el derecho a crear nuevas inquisiciones”. De Jorge Carpizo.

Que se atenta contra la libertad de empresa -dicen también- en la industria; nada más falso. Ni se atenta contra la libertad de expresión, ni se atenta contra la libertad de la industria de la radio y televisión. No se le está imponiendo nada a ésta, un impuesto o un pago adicional, al que el Estado mexicano no tenga derecho. (Documentación, 2007)

Sus compañeros de la fracción parlamentaria, Jesús Murillo Karam y Pedro Joaquín Coldwell, lo secundaron. De igual, la representación partidista del Partido Nueva Alianza, en voz de la senadora, Irma Martínez Manríquez.

Finalmente, la fracción parlamentaria del PAN, fue representada por los senadores José Alejandro Zapata Perogordo y Ricardo Francisco García Cervantes; quienes para el cierre de las intervenciones, este último, puntualizó en su discurso que los medios de comunicación enarblando una transgresión a la libertad de expresión, en caso de aprobarse la Iniciativa de Decreto, en verdad ocultaban la defensa de sus intereses económicos.

Una mentira repetida mil veces sigue siendo una mentira, no lo olvidemos. Se mal informa a la sociedad cuando de manera intencional se ocultan datos o se inventan otros que nada reflejan, en nada reflejan las decisiones que estamos adoptando los legisladores.

Se dijo ayer y se sigue repitiendo de manera nada casual, que por esta reforma constitucional los partidos tendrán más dinero público, que habrán de gastar en menos días de campaña, supuesto y denunciado como resultado de esta reforma, según la televisión privada, los partidos van a gastar más por día de campaña.

La mentira se pretende convertir en verdad con una hoja en la que se contiene un cuadro elaborado por alguien al que la aritmética no se le da. Es el que me entregó un funcionario de la CIRT y de Televisa. Y al que ofrecí dar respuesta.

Con su permiso, compañeras y compañeros, lo hago desde aquí. Es tan sencillo como esto: Si esta reforma no se aprueba, en el 2009 los partidos recibirán por financiamiento de campaña, a precios de hoy, 2,670 millones de pesos, que divididos entre 71 días de campaña para Diputados, que dispone la ley vigente, daría como resultado un gasto de 37.6 millones de pesos por día entre todos los partidos.

Si esta reforma se aprueba, en el 2009 los partidos recibirán en lugar de 2,670 millones de pesos, solamente 800, 70 por ciento menos que divididos entre los 60 días que dura la campaña, daría un gasto por día de 13.3 millones de pesos entre todos los partidos.

Casi 38 millones diarios de gasto en campaña con recursos públicos sin la Reforma Electoral, 13.3 millones diarios de gasto en campaña con recursos públicos si se aprueba esta reforma. (Documentación, 2007)

Al final de la Sesión Permanente de las Comisiones unidas de Gobernación y Puntos Constitucionales, el 12 de septiembre de 2007, aprobó en lo general la Iniciativa de Decreto con 111 votos a favor y 11 en contra. Se opusieron al Dictamen, las fracciones parlamentarias minoritarias de los Partidos Convergencia –ya desaparecido- y el Verde Ecologista de México. Las razones que esgrimieron fueron estar en contra del proceso legislativo y por el producto del mismo.

Los senadores de estas fracciones parlamentarias en sus discursos señalaron que, por quedar temas inacabados como las candidaturas independientes, en desacuerdo con la regla de distribución de los tiempos para el acceso a la radio y la televisión y falta de homologación en fechas para la celebración de las elecciones, se manifestaban por la negativa a la Reforma.

Además, de considerar que faltó sensibilidad para tocar el tema de la regulación de la publicidad en los medios de comunicación; motivo de la controversia entre el Senado y la CIRT. Pese a estas expresiones de la CIRT, la reforma fue combatida mediáticamente, mas no así en los tribunales. La CIRT se quedó sin promover recurso legal alguno ante el Tribunal correspondiente. Este escenario se concretó la Reforma Electoral del año 2007 en México.

Capítulo III. La Reforma Electoral 2007 en México: El modelo de comunicación política

3. El Decreto Presidencial

La Reforma Constitucional y Electoral en México del año 2007, consistió en modificaciones y adiciones a diversos artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y a la ley secundaria en la materia, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, por sus siglas COFIPE. El primer paso para su entrada en vigor fue la publicación oficial.

ÚNICO. Se reforma el primer párrafo del artículo 6o.; se reforman y adicionan los artículos 41 y 99; se reforma el párrafo primero del artículo 85; se reforma el párrafo primero del artículo 108; se reforma y adiciona la fracción IV del artículo 116; se reforma el inciso f) de la fracción V de la Base Primera el artículo 122; se adicionan tres párrafos finales al artículo 134; y se deroga el párrafo tercero del artículo 97, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (Unión S. L., 2007)

La Reforma de la Ley Secundaria, de la que se hizo mención tiene su origen en el Decreto Presidencial de fecha 14 de enero de 2008, en ella se aterrizaron los cambios propuestos en el texto constitucional en los que se abordaron los temas sobre el régimen de partidos y agrupaciones políticas, financiamiento público y fiscalización, precampañas y campañas, de la organización del proceso electoral, del propio IFE y del Régimen Sancionador Electoral. En resumen:

3.1. Del Régimen de partidos políticos y agrupaciones nacionales

Reforma Constitucional y legal	Tema
<p>Constitución Artículo 41 y Base I. Segundo y tercer párrafo. Base II; 116, Base IV, g).</p> <p>COFIPE Artículos 5.1 y 5.2; 22.1; 22.2 y 22.5; 24, 25.1 e); 27.1, c), I, II y g) 28.1, a), II y III; 29.1, b); 30.1; 32.2; 34.1 y 4; 35.2; 35.4; 36 c), d), e), f); 38.1, h), j), k), m), o), p), s) y t); 41; 42.1; 42.2; 44.1; 44.2; 46.1 al 46.4; 47.1 al 47.7; 88.1, b); 89.2 91.1, a) al j); 92.1, a) y 92.2; 93.4; 95.1; 95.7; 95.9; 95.10; 95.11; 96.1; 96.2; 96.5 al 96.7; 97; 98.1, c) y d); 99; 100.1; 103.1, del a) al d) y 110.3.</p>	<p>Se establece el derecho de los ciudadanos de formar partidos políticos, y su afiliación individual y libre, en contra de la injerencia de los sindicatos o corporativismo, además que se especifica que un ciudadano sólo puede registrarse a un solo partido a la vez.</p> <p>Se elimina el concepto de Asociación Política Nacional y ahora las organizaciones civiles pueden constituir partidos políticos.</p> <p>Se especifica el procedimiento para la constitución de nuevos partidos políticos y la afiliación de los ciudadanos.</p> <p>Se puntualiza en el hecho de que la vida interna de los partidos políticos debe regirse por sus documentos básicos; así como la obligatoriedad de su difusión. Además, del establecimiento de porcentajes para respetar la equidad de género en la postulación de candidatos y candidatas.</p> <p>Se señala que la Asamblea Nacional de los partidos son las máximas autoridades internas.</p> <p>Se introduce el concepto de procesos de selección interna de los partidos políticos para la elección de sus candidatos. Además del derecho de formar desde ese momento, coaliciones entre partidos. Se enlistan nuevas obligaciones relacionadas con la educación cívica-política y a la transparencia de los recursos públicos, eliminándose la obligación de invertir el 50 por ciento de éstos en la difusión de sus plataformas electorales en radio y televisión; además se establecen conceptos y procedimientos que garanticen el Derecho a la Información de los partidos.</p> <p>Se define el término de asuntos internos de los partidos políticos e indica bajo qué circunstancias la autoridad electoral puede intervenir en ésta.</p> <p>Se determina el régimen fiscal de los partidos políticos</p> <p>Se precisan otras prerrogativas a las que tienen derecho como postal y telegráfica, de la que ya gozaban, sólo se enfatizó en las mismas.</p> <p>Se inscribieron los mecanismos para la celebración de coaliciones y fusiones.</p> <p>Se señala los términos para la pérdida del registro de los partidos políticos y los procedimientos para el informe del uso de los recursos públicos; así como el mecanismo para la liquidación de bienes; lo anterior será sometido a la aprobación del Consejo General del IFE y la resolución podrá ser atacada en el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.</p> <p>De las Agrupaciones Políticas Nacionales se mandató: Los fines para los cuales son creadas, sus obligaciones y las razones por las cuáles pueden perder su registro, sin excepción de las obligaciones en Derecho a la Información y Transparencia, mediante uniforme anual del origen y destino de los recursos que reciban para financiar sus actividades; aunque se elimina el derecho de ser acreedores a financiamiento público.</p>

Fuente: Decretos presidenciales de las Reformas Constitucional (Unión S. L., 2007) y Electoral (Mexicanos, 2008) y el Análisis del IFE (Ernesto Ramos Mega, 2008)

La regulación de los medios de comunicación en México



La primera reacción en contra de la reforma electoral mexicana, en cuanto al tema anterior, se dio en la modificación que hizo la Suprema Corte de Justicia de la Nación 6 meses de su publicación, de ello, dio cuenta el propio Instituto Federal Electoral, a través de su página de internet.

El Cofipe establecía que en caso de que uno o varios partidos coaligados alcanzaran el 1% por ciento de la votación nacional emitida, pero no obtuvieran el mínimo requerido para conservar el registro, de la votación del o de los partidos que hubieran cumplido con ese requisito se tomaría el porcentaje necesario para que todos mantuvieran el registro. Sin embargo, en la sentencia del 8 de julio de 2008 emitida por la SCJN, se declaró inconstitucional que los partidos políticos coaligados pudieran transferirse un determinado porcentaje de votos ya que esa disposición violaba la voluntad expresa del elector. En la descripción de este tema se incluye una nota de referencia a la resolución de la SCJN y en los anexos se puede encontrar la versión publicada en el Diario Oficial de la Federación el 3 de octubre de 2008. (Ernesto Ramos Mega, 2008)

3.2. Financiamiento y fiscalización

Reforma Constitucional y Electoral	Tema
Constitución Artículo 41, Base II, a) al c); Base V; décimo párrafo. COFIPE	Prohibición para que los partidos políticos, aspirantes, precandidatos y candidatos reciban financiamiento, por sí mismos o por terceras personas de Dependencias del Gobierno y sus funcionarios, así como partidos políticos y/o organizaciones en el extranjero, Personas Físicas o Morales mexicanas o del extranjero, de Líderes religiosos y de personas que vivan en el extranjero.
Artículos 77.2; 77.6; 78.1, a), I y II, IV y V, c); 78.1, b), I y II; 78.2; 78.4, b) y c), I, II y III, e), I, II y III; 78.5; 79.1 y 2; 79.3; 79.4; 80 y 118, d); 81.1; 81.2; 82; 83, 216 y 229.2; 84; 85; 86; 89.2	Los procedimientos para la asignación de financiamiento público, ahora la base la constituye en proporción de los votos obtenidos en la elección de Diputados por el principio de Mayoría Relativa. La obligatoriedad de destinar el 2 por ciento de su financiamiento para actividades dirigidas a la educación cívica-electoral, desarrollo de liderazgos y la investigación socio-política-electoral. Establecimiento del mecanismo para acceder al financiamiento público para gastos de campaña; con su respectivo derecho al 2 por ciento para las actividades dirigidas a la educación cívica-electoral, desarrollo de liderazgos y la investigación socio-política-electoral.
	Precisión sobre los sujetos y los mecanismos para la aportación en dinero y en especie de las aportaciones que pueden recibir los partidos políticos.

El derecho de colocar los recursos de los partidos políticos en cuentas, fideicomiso o fondos de inversión en instituciones mexicanas, que quedan libre del secreto bancario.

Creación de la Unidad de Fiscalización de los Recursos, órgano autónomo adscrito al Consejo General del IFE y el marco de sus funciones y atribuciones; entre los que destaca la capacidad de abrir procedimientos de investigación e incluso reportar a los partidos políticos que omitan el pago de las contribuciones fiscales por sueldos y honorarios de personal que les presten sus servicios, así como el procedimiento para la designación de su titular.

La inclusión de mejoras a formatos y procedimientos para la entrega de informes de partidos políticos y asociaciones política nacionales.

Fuente: Decretos presidenciales de las Reformas Constitucional (Unión S. L., 2007) y Electoral (Mexicanos, 2008) y el Análisis del IFE (Ernesto Ramos Mega, 2008)

3.3. IFE

Reforma Constitucional y Electoral	Tema
<p>Constitución Artículo 41, Base V, segundo, tercer, quinto y séptimo párrafos. COFIPE Artículos 49.7; 53; 108.1 e); 110.2 al 110.7; 111.2;112; 112.1 j), d), g), h), i), j); 112.2; 113.3; 115.5;116.2 al 116.6; 117.2;118; 118.3; 119.1, a), e), g), l) ; 121.1; 112.2; 122.1, m) y n) 124; 125, g), h) y r); 127; 127.1; 128 al 133; 135.2 y 136.1, c); 139.2 y 4; 140.6; 150.2 y 4; 175.1; 180.2 al 180.5; 199.1; 199.2 y 3; 198.3 y 199.8; 199.10; 192; 193.1; 197; 200; 201.1, a); 202.3 y 5; 204.5; 204.7; 205.1, c); 205.3; 388.1 al</p>	<p>Nuevas reglas para la conformación del Consejo General del IFE, en la que se distingue la posibilidad de un periodo de reelección del Consejero Presidente, que ahora será nombrado por la Cámara de Diputados. Desaparece la figura del Consejero Suplente, a ausencia de algún integrante del Consejo del IFE se procede a su nombramiento a cargo de la Cámara de Diputados. En los periodos de receso de la Cámara, se faculta a la Comisión Permanente para que proceda en consecuencia. Se anexa el procedimiento de sustitución de candidatos escalonada, al variar los periodos de duración en el cargo y se afinan los requisitos para aspirar a ese cargo. Se previó la ausencia del Consejero Presidente al establecer el mecanismo cómo debe proceder el Consejero General.</p> <p>Se señala las formas de integración de las Comisiones del Consejo General, así como sus competencias; aquí aparece la Comisión de Denuncias y Quejas.</p> <p>Nuevas atribuciones del Consejo Estatal, del Consejero Presidente y de la Junta General Ejecutiva y funcionarios: El Secretario y los Ejecutivo y los Directivos Ejecutivos, así como de las Juntas Locales Ejecutiva, los Consejos Locales y Distritales para que estén acordes con la Reforma y se especifica lo de la integración de su Patrimonio Propio.</p> <p>Se precisaron los mecanismos para ingresar al Servicio Profesional Electoral.</p> <p>Se anexa como parte de la estructura a la recién creada Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos.</p> <p>Además, se establecieron adecuaciones para la conformación del Registro Federal de Electorales, compuesto por los documentos básicos identificados como el Padrón</p>

3388.5; 389; 390.1; 390.2; 391; 391.1, I) y p); 393; 394.1 y 2.

Electoral y la Lista Nominal de Electores. Asimismo, se agregaron datos a manera de elevar la seguridad de la credencial de elector, documento que permite al ciudadano la emisión de su voto como la inclusión de la Clave Único de Registro Personal y el establecimiento de vigencia de este plástico. Adicionalmente, se estipuló procedimientos para la Comisión de Vigilancia, órgano conformado por los directivos del IFE y los partidos políticos encargados de supervisar las modificaciones al Padrón y Lista Electoral.

En este mismo apartado, se fijaron las funciones y atribuciones de la Contraloría General, los mecanismos y requisitos para el nombramiento de su titular.

Fuente: Decretos presidenciales de las Reformas Constitucional (Unión S. L., 2007) y Electoral (Mexicanos, 2008) y el Análisis del IFE (Ernesto Ramos Mega, 2008)

En el caso de este apartado, cabe precisar lo dispuesto en los artículos transitorios en los que se determinó la renovación del Consejo Estatal del IFE, que implicó la renuncia del entonces Consejero Presidente, Luis Carlos Ugalde Ramírez.

Artículo Cuarto. Para los efectos de lo establecido en el tercer párrafo de la base V del artículo 41 de esta Constitución, en un plazo no mayor a 30 días naturales contados a partir de la entrada en vigor del presente Decreto, la Cámara de Diputados procederá a integrar el Consejo General del Instituto Federal Electoral conforme a las siguientes bases:

a) Elegirá a un nuevo consejero Presidente, cuyo mandato concluirá el 30 de octubre de 2013; llegado el caso, el así nombrado podrá ser reelecto por una sola vez, en los términos de lo establecido en el citado párrafo tercero del artículo 41 de esta Constitución;

b) Elegirá, dos nuevos consejeros electorales, cuyo mandato concluirá el 30 de octubre de 2016.

c) Elegirá, de entre los ocho consejeros electorales en funciones a la entrada en vigor de este Decreto, a tres que concluirán su mandato el 15 de agosto de 2008 y a tres que continuarán en su encargo hasta el 30 de octubre de 2010;

d) A más tardar el 15 de agosto de 2008, elegirá a tres nuevos consejeros electorales que concluirán su mandato el 30 de octubre de 2013.

Los consejeros electorales y el consejero Presidente del Consejo General del Instituto Federal Electoral, en funciones a la entrada en vigor del presente Decreto, continuarán en sus cargos hasta en tanto la Cámara de Diputados da cumplimiento a lo dispuesto en el presente artículo. Queda sin efectos el nombramiento de consejeros electorales suplentes del Consejo General del Instituto Federal Electoral establecido por el Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 31 de octubre de 2003". (Unión S. L., 2007)

En la experiencia de Ugalde, su remoción como la del resto de sus compañeros en forma escalonada, obedeció a la presión que ejercieron los partidos políticos sobre el presidente Felipe Calderón Hinojosa, y aunque en desacuerdo por considerarlo que se

vulneró la autonomía del IFE, el 14 de diciembre de 2007, presentó su renuncia, en lo que resumió como un acto de dignidad. (Ramírez, 2008)

3.4. Precampañas y Campañas

Reforma Constitucional y Electoral	Tema
<p>Constitución Artículo 41, Base II, c); segundo párrafo; Base III, Apartado C, segundo párrafo y Base IV, primer párrafo, segundo párrafo y parte final del segundo párrafo. COFIPE Artículos 2.2; 57.2; 70; 211.1; 211.2; 211.2 a),b) y c); 212.1 y 2; 212.4 y 5; 213.1 al 6; 214; 216; 217.2; 218 229.2 y 3; 229.4, a), I; 229.4, b), I; 229.4, b), II; 236.1, a) y c); 236.3; 236.5; 237.1 y 2; y 237.7.</p>	<p>Como novedad, se introduce y regula el concepto de Proceso de Selección Interna de Candidatos a Cargos de Elección Popular y el de Precandidato; así como el mecanismo para expresar y dirimir los agravios de los ciudadanos que participasen en los mismos.</p> <p>Una segunda definición y sus procesos que se inserta es el de Precampañas, su duración, los topes de gastos, su fiscalización e informes, así como la facultad al Consejo General del IFE para expedir acuerdos y reglamentos relativos a este tema.</p> <p>En cuanto a lo que Campañas Electorales, se refiere, se fijó una nueva duración de las misma, reduciéndose los plazos.</p> <p>De la propaganda electoral, se ordenó el respeto al equipamiento urbano, -la excepción son los espacios que, previo acuerdo con la autoridad electoral, la administración pública dispusiera para la colocación de impresos-, el uso de materiales que protejan al medio ambiente; así como el procedimiento en caso de quejas de los partidos políticos por violentar esta normatividad.</p> <p>Se reguló la realización de los debates entre candidatos.</p> <p>Se reguló la difusión de encuestas y sondeos.</p> <p>Se restringió la difusión de publicidad gubernamental durante este periodo y se reglamentaron los debates entre los candidatos presidenciales.</p>

Fuente: Decretos presidenciales de las Reformas Constitucional (Unión S. L., 2007) y Electoral (Mexicanos, 2008) y el Análisis del IFE (Ernesto Ramos Mega, 2008)

3.5. Proceso electoral

Reforma Constitucional y Electoral	Tema
<p>COFIPE Artículos 5.4, g); 5.5; 7.1, b), c) y d); 8.3; 213.1 d) y f); 218.3; 219; 220; 222.2; 223; 239.3, b); 239.4; 239.6; 240.1, d);</p>	<p>En cuanto al Proceso Electoral, se establecieron:</p> <p>De los Actos Preparatorios:</p> <p>El derecho al acceso de los Observadores Electorales a información del proceso electoral, excepto por la que se clasifique como reservada; así como se modificó el plazo para la entrega de los informes del origen, monto y destino</p>

240.3; 241.1, b); 243; 252.2, c), f), g) y h); 252.5 y 6; 254.1; 255.2; 255.3; 259.5; 263.2; 264.1; 274.2, b) y 3; 276.1, b) y f); 276.2; 279.1, d) y 4; 280.2; 282.1; 286.2; 289.1; 289.3, g); 295.1 c); 297.1, a) y 298.1, a); 295.1, d); 295.1, h); 295.2 al 292.5; 295.6 al 295.9 y 310.	<p>de los recursos que emplearon para su actividad. 30 días después de la Jornada Electoral.</p> <p>Se amplió el plazo, de uno a dos años, para que los funcionarios electorales renunciaran a sus cargos en caso de querer participar como candidatos de un partido y se fijó en seis, el tope para inscribir simultáneamente a candidatos tanto por el principio de Mayoría Relativa como de Representación Proporcional.</p> <p>En lo que hace al Registro de Candidatos, se impuso la paridad de género, al tazarse en un 40% el límite para inscribir a candidatos de un mismo género. Además, se dispuso que en los listados de candidatos por el Principio de Representación Proporcional, se hicieran por segmentos de cinco candidaturas, en los que en cada uno de los segmentos de cada lista habrá dos candidaturas de género distinto, alternadamente.</p> <p>Se pusieron nuevos plazos para el registro de las candidaturas y se facultó a otros órganos como los Consejos Distritales, por citar un ejemplo, para hacer el registro de candidatos a diputados. También se modificó el periodo para el registro de Plataformas Electorales.</p> <p>Para la ubicación de las casillas, se estipuló elementos a considerar en cuanto a la geografía y de condiciones estructurales de los edificios, se priorizó la capacitación y evaluaciones a los ciudadanos que las conformarían; además de otras consideraciones relativas a la publicación y difusión de los listados de las ubicaciones de éstas.</p> <p>Del material electoral, se dejó en claro el diseño de las boletas electorales para armonizarlas con las disposiciones de las Coaliciones; así como plazos para su distribución a los órganos competentes.</p> <p>Se dispuso que en las Casillas Especiales se entreguen en medios informativos las listas electorales y se centró en calificar como eficiente al líquido indeleble.</p> <p>De la Jornada Electoral:</p> <p>Al momento de instalar la casilla, anotaciones relativas a los funcionarios que la integran con sus firmas autógrafas.</p> <p>De la Votación:</p> <p>Se especificó que en los casos de fuerza mayor por la que se tenga que suspender la recepción de votos es válido comunicarlo a la Junta Distrital por los medios al alcance de los funcionarios de casillas; así como que se acepte el voto del ciudadano que se identifique con la resolución del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.</p> <p>Del escrutinio y conteo de los votos:</p>
---	---

Se establece el procedimiento de escrutinio y cómputo, que se armoniza con las nuevas disposiciones relativa a la presentación de los emblemas que distinguen a partidos políticos y coaliciones. En los que se incluye quiénes son los sujetos responsables de hacer el conteo, al citar cómo deben operar los escrutadores.

Asimismo, se faculta para que los representantes de los partidos políticos y/o coaliciones voten en la casilla en la que actúan, aunque no estén incluidos en la lista nominal.

Se precisó que el Acta de Escrutinio y Cómputo debe indicar la negativa de firma de parte de los representantes de los partidos políticos y/o coaliciones y que la primera copia es para el Programa de Resultados Preliminares y de igual forma se entrega a los citados representantes.

Desarrollo de la Jornada Electoral

Se indica que de acuerdo al marco legal de cada entidad federativa se podrá regular la venta de bebidas embriagantes,

De los Asistentes Electorales

Se establece la obligatoriedad de nombrarlos con tiempo suficiente para la celebración de la elección –en el mes de mayo del año electoral- y que se vigile la inexistencia de vínculos con los partidos políticos.

Cómputos Distritales

El mecanismo del conteo de los votos se estableció en este apartado en consonancia con los procedimientos que se implementaron para la participación de los partidos políticos y/o coaliciones, entre los que destaca un nuevo escrutinio y cómputo cuando el número de votos nulos sea mayor a la diferencia entre los candidatos ubicados en el primero y segundo lugar en votación; y cuando todos los votos hayan sido depositados a favor de un mismo partido; así como las condiciones y los procesos para la apertura de paquetes electorales y las reglas para hacer los recuentos de votos.

Fuente: Decretos presidenciales de las Reformas Constitucional (Unión S. L., 2007) y Electoral (Mexicanos, 2008) y el Análisis del IFE (Ernesto Ramos Mega, 2008)

En este rubro, hubo otra revocación al ordenamiento electoral, por parte de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en la Sentencia de fecha 8 de julio de 2008, de la que ya se hizo referencia; aclaración que también fue realizada en su momento por el IFE, en la que se combatió legalmente la facultad que se le dio a los estatutos de los partidos políticos como base para establecer requisitos de elegibilidad,

En la sentencia de la SCJN del 8 de julio de 2008, el párrafo sexto del artículo 22 que contenía la disposición antes descrita, fue declarado inconstitucional por considerar que el derecho a ser votado, sólo puede ser limitado de acuerdo con las calidades que establezca la ley y no en los estatutos de los partidos. (Ernesto Ramos Mega, 2008)

3.6. Régimen sancionador electoral

Reforma Constitucional y Electoral	Tema
<p>COFIPE Artículos 341 al 347; 350 al 354.1 del a) al h); 355.1 y 2; 355.5 a l 355.7; 356.1 al 356.3; 357.1 al 357.11; 358.1 al 358.9; 359.1 al 359.4; 360; 361; 362.1 al 362.9; 363.1 al 363.5; 364; 365.1; 365.4 al 365.6; 366.1 al 366.8; 367; 368.1 al 368.8; 369.1 al 369.2; 370; 371.1 y 2; 372.3 y 4; 373 al 375; 376.1 al 376.8; 377 y 378.</p>	<p>Se establecen los sujetos de responsabilidad: Los aspirantes, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular; los ciudadanos, o cualquier persona física o moral; las autoridades o los servidores públicos de cualquiera de los poderes de la Unión, de los poderes locales, órganos de gobierno municipales, órganos de Gobierno del Distrito Federal, órganos autónomos y cualquier otro ente público; los concesionarios y permisionarios de radio o televisión; las organizaciones de ciudadanos que pretendan formar un partido político; las organizaciones sindicales, laborales o patronales, o de cualquier otra agrupación con objeto social diferente a la creación de partidos políticos, así como sus integrantes o dirigentes, en lo relativo a la creación y registro de partidos políticos.</p> <p>Los tipos de infracciones y las amonestaciones que van desde una llamada de atención pública hasta sanciones pecuniarias.</p> <p>Finalmente, se establece el procedimiento para la presentación de quejas y denuncias de los Procedimientos Sancionadores Administrativos, en sus dos categorías, Ordinario y Especial.</p>

Fuente: Decretos presidenciales de las Reformas Constitucional (Unión S. L., 2007) y Electoral (Mexicanos, 2008) y el Análisis del IFE (Ernesto Ramos Mega, 2008)

En este título, se abordó las responsabilidades de los candidatos, de los partidos políticos y/o coaliciones; así como de los medios de comunicación durante el proceso electoral y las sanciones a los que se hacen acreedores en caso de cometer faltas administrativas, pero será posteriormente cuando se detalle este tema.

De manera general, hubo un resolutivo de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en el que se dejó inviable la aplicación de la multa equivalente al doble del precio comercial del tiempo en radio y televisión para los ciudadanos, dirigentes y

afiliados de partidos políticos, y a cualquier persona física o moral que haya infringido la normatividad. (Ernesto Ramos Mega, 2008)

3.7. Régimen disciplinario del IFE

Reforma Constitucional y Electoral	Tema
COFIPE Artículos 113.2; 379.1; 380; 381.1; 381.2; 382.1; 382.2; 382.3 y 4; 383.1, a) y b); 383.1, e) al g); 384.1; 384.2 y 3; 385; 386 y 387.	Se precisaron regulaciones en cuanto a la actuación de los funcionarios electorales como servidores públicos y sus respectivos procedimientos para la determinación de faltas administrativas.

Fuente: Decretos presidenciales de las Reformas Constitucional (Unión S. L., 2007) y Electoral (Mexicanos, 2008) y el Análisis del IFE (Ernesto Ramos Mega, 2008)

Hasta aquí, la revisión en cuanto a los temas que abarcó la reforma constitucional y electoral del 2007; se omitió lo relativo a la regulación en materia de acceso a los medios de comunicación como prerrogativas de los partidos políticos, los conceptos de propaganda electoral en precampañas y campañas electorales; así como la normatividad de los medios de comunicación como sujetos de responsabilidades de infracciones administrativas electorales establecidas en el Régimen Sancionador; tópicos en los que se precisará seguidamente.

3.8. La regulación de los medios de comunicación

3.8.1. Las reglas para el acceso a la radio y la televisión

La Legislatura federal instituyó en materia de acceso a los medios de comunicación, desaparecer la contratación de partidos políticos o terceros interesados en las estaciones de radio y televisión, a cambio del uso de los tiempos oficiales, distribución que estará a cargo del IFE.

Los legisladores federales abrieron la discusión también en torno a la regulación de los contenidos de la información en los medios de comunicación, al agregar apartados específicos en ese sentido en los artículos 6 y 41 Constitucionales.

La regulación de los medios de comunicación en México



Artículo 6°. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público: el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Artículo 41. ...

Apartado C. En la propaganda política o electoral que difundan los partidos deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas.

Apartado D. Las infracciones a lo dispuesto en esta Base serán sancionadas por el Instituto Federal Electoral mediante procedimientos expeditos, que podrán incluir la orden de cancelación inmediata de las transmisiones en radio y televisión, de concesionarios y permisionarios, que resulten violatorias de la ley. (Unión S. L., 2007)

La regulación de los medios de comunicación, partidos y candidatos, relativas a la propaganda electoral en procesos electorales conforme a la reforma electoral 2007, se encuadra de la siguiente manera:

Sujetos de Responsabilidad (Art. 341, Cofipe)	Faltas administrativas Cofipe	Sanciones
Concesionario de la radio y la televisión	<p>Vender tiempo de transmisión, en cualquier modalidad de programación, a los partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular;</p> <p>Difundir propaganda política o electoral, pagada o gratuita, ordenada por personas distintas al IFE;</p> <p>Incumplir, sin causa justificada, su obligación de transmitir los mensajes y programas de los partidos políticos y de las autoridades electorales, conforme a las pautas aprobadas por el IFE;</p> <p>Manipular o superponer la propaganda electoral o los programas de los partidos políticos con el fin de alterar o distorsionar su sentido original,</p>	<p>Amonestación pública; multa de hasta 100 mil días, que en el caso de concesionarios o permisionarios de radio será de hasta 50 mil días de salario mínimo; en caso de reincidencia hasta con el doble de dicho monto; cuando no transmitan los mensajes, conforme a las pautas aprobadas por el IFE, además de la multa correspondiente, deberán subsanar de inmediato la omisión utilizando el tiempo comercial o para fines propios que la ley les autoriza; en caso de infracciones graves y reiteradas, con la suspensión de la</p>

	<p>de denigrar a las instituciones, a los propios partidos, o calumniar a los candidatos. (Art. 350)</p>	<p>transmisión del tiempo comercial correspondiente a una hora y hasta el que corresponda por 36 horas, por la autoridad competente, previo acuerdo del CG.</p> <p>Cuando la sanción anterior sea impuesta, el tiempo de la publicidad suspendida será ocupado por la transmisión de un mensaje de la autoridad en el que se informe al público de la misma. Tratándose de permisionarios, la sanción será aplicable durante el tiempo destinado a patrocinios. Cuando la sanción haya sido aplicada y el infractor reincida en forma sistemática en la misma conducta, el CG dará aviso a la autoridad competente a fin de que aplique la sanción que proceda conforme a la ley de la materia. (Art. 354 numeral 1, inciso f)</p>
<p>Aspirantes, Precandidatos y Candidatos</p>	<p>Actos anticipados de precampaña y campaña electoral; así como exceder los topes de los gastos de campaña establecidos por el Consejo General del IFE (Art. 344)</p>	<p>Amonestación pública multa de hasta cinco mil días de salario mínimo y pérdida del derecho del precandidato infractor a ser registrado como candidato. Si ya fue registrado, será cancelado.</p> <p>Si las infracciones cometidas por aspirantes o precandidatos a cargos de elección popular son imputables sólo a ellos, no procederá sanción alguna en contra del partido político. Cuando el precandidato resulte electo en el proceso interno, el partido político no podrá registrarlo como candidato. (Art. 354 numeral 1, inciso c)</p>
<p>Partidos Políticos</p>	<p>Realizar anticipadamente actos de precampaña o campaña; Exceder los topes de gastos de campaña; Contratar, en forma</p>	<p>Multa de hasta diez mil días; en caso de infracción a los topes de gastos de campaña con un tanto igual</p>

directa o por terceras personas, tiempo en radio o televisión; Difundir propaganda política o electoral que contenga expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas. (Art. 342)

al del monto ejercido en exceso; reincidencia hasta el doble de dicho monto; según la gravedad de la falta, con la reducción de hasta 50% de las ministraciones del financiamiento público que les corresponda, por el periodo que señale la resolución; con la interrupción de la transmisión de la propaganda política o electoral, durante el tiempo que le haya sido asignado por el IFE; de abstenerse de usar en la propaganda electoral expresiones que denigren a las instituciones y a los partidos o que calumnie a las personas, se sancionará con multa; durante las precampañas y campañas electorales, en caso de reincidencia, se podrá sancionar con la suspensión parcial del acceso a radio y televisión; En los casos de conductas violatorias graves y reiteradas, especialmente a sus obligaciones en materia de origen y destino de sus recursos, con la cancelación de su registro como partido político. (Art. 354, numeral 1, inciso a)

Fuente: Decretos presidenciales de las Reformas Constitucional (Unión S. L., 2007) y Electoral (Mexicanos, 2008) y el Análisis del IFE (Ernesto Ramos Mega, 2008)

Para conocer de las quejas por el comportamiento de los medios de comunicación, la reforma amplió facultades para la Comisión de Quejas del IFE y creó el Comité de Radio y Televisión, conceptos que fueron asentadas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. (Unión S. L., 2007)

Con relación a los medios de comunicación, la legislación federal estableció en el régimen sancionador como faltas electorales a los permisionarios y concesionarios de la radio y la televisión, la difusión de propaganda electoral ordenada por personas distintas a la autoridad electoral y que denigre a candidatos o instituciones. (Unión S. L., 2007)

El Tribunal Federal Electoral del Poder Judicial de Federación previó nuevos escenarios ante la reforma electoral 2007 (Álvarez Y. G., 2008), uno de ellos, la imposición de sanciones de orden económico severas, que asuman el calificativo de ejemplares para que no se cometan y ello incluye a los nuevos sujetos de sanciones, entre éstos, los medios de comunicación.

Los medios de comunicación en caso de incurrir en faltas administrativas y de hacerse acreedor a una sanción, ésta puede ser desde la amonestación pública hasta la cancelación de sus derechos para comercializar sus espacios publicitarios por 36 horas.

La perspectiva para los medios de comunicación y su participación en los procesos electorales es que moderen sus conductas (Rojas-Vértiz, 2008), ya que además de las disposiciones legales, también se verán afectados por la reforma electoral en materia de transparencia por lo que se presume que sus conexiones políticas o económicas, quedarán al escrutinio público.

Otro elemento que se mantuvo, que se considera dentro de la regulación, es aquella en la que la normatividad electoral ordena la emisión de Lineamientos Generales en el artículo 49 numeral séptimo que deben observar los medios de comunicación, en particular en materia de cobertura informativa (Electoral, Ordenamientos Electorales, 2008) y el seguimiento que se le debe dar mediante Monitoreos en el artículo 76 numeral octavo. (Electoral, Ordenamientos Electorales, 2008)

En ese contexto, la autoridad electoral emitió la Sugerencia de Lineamientos Generales aplicables en los noticieros de radio y televisión respecto de la información o difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos o coaliciones (IFE, 2009); documento en el que sugiere a los medios de comunicación establecer mecanismos que procuren la equidad informativa.

La regulación de los medios de comunicación en México

Parte del criterio de equidad se hace evidente en el número de entrevistas realizadas a los miembros de los diferentes grupos políticos; en los reportajes elaborados sobre las precampañas y campañas a lo largo de la República; en la presencia de representantes de todos los partidos y coaliciones en los programas de análisis, así como en los de debate; en la forma de privilegiar las notas entre los partidos; en distinguir entre el anecdotario de precampaña y campaña y la oferta política de los candidatos.

Asimismo, es criterio de equidad el manejo equilibrado de los medios en la presentación de las notas, a través de una sección o espacio dedicado especialmente a las precampañas y campañas electorales, sin que necesariamente se deba modificar el formato establecido por cada uno de ellos. De esta manera, los radioescuchas y televidentes podrán identificar las alternativas que se presentan y sepan que la nota más importante no siempre corresponde a un mismo partido.

La equidad informativa responde también al criterio de que los noticiarios ofrezcan los mismos recursos técnicos para cubrir las actividades de precampaña y campaña de los diferentes candidatos, con el mismo tipo de lenguaje en imagen; para ello, los medios cuidarán el proceso de grabación, selección y edición de las imágenes que se incorporarán al texto informativo. Al respecto, resulta fundamental que la audiencia reciba la información sobre las diferentes precampañas y campañas en el mismo formato. Se busca con ello que cada ciudadano modele su criterio con base en información transmitida con la mejor calidad posible y centre su atención en los contenidos de las precampañas y campañas. (IFE, 2009)

Una segunda sugerencia expresada en ese sentido, a fin de mantener la equidad en la contienda, correspondió a la separación de las notas informativas y los juicios de valor que establecieran conductores, comentaristas y/o analistas políticos de la cobertura de las precampañas y campañas, al reconocer que estas contribuciones son relevantes en la formación de opinión pública.

Los programas de análisis, de confrontación de ideas y posiciones políticas son de principal importancia, ya que a través de ellos el electorado puede conocer la pluralidad de opciones y puntos de vista que componen el espectro político nacional que se manifestará abiertamente durante las precampañas y campañas electorales del año 2009.

Al respecto, la confrontación y análisis de los puntos de vista de todos los contendientes, sin exclusiones de ninguna naturaleza, en el entendido de que el sentido de las opiniones son responsabilidad de los analistas, estudiosos o participantes que las emiten, son elementos imprescindibles que distinguen a los programas referidos.

Por su parte, los partidos políticos se comprometen a no inducir por ninguna vía el sentido de los contenidos de las notas; en este aspecto,

se espera la corresponsabilidad de los concesionarios y permisionarios para denunciar cualquier acto que atente contra este principio de congruencia con la equidad de la contienda electoral. (IFE, 2009)

Finalmente, el Respeto a la vida privada de los candidatos y el Derecho de Réplica fueron considerados en estos lineamientos. Posteriormente, la autoridad electoral elaboró un catálogo de noticieros al que se le dio el seguimiento informativo correspondiente.

En la primera experiencia en este nuevo escenario, fue controversial para la autoridad electoral como se explicará más adelante en este mismo apartado por la falta de los recursos técnicos y presupuestarios.

3.8.2. Las observaciones a las reglas para el acceso a la radio y la televisión

La Reforma Electoral del 2007, conocida también como la Reforma Electoral de Tercera Generación por expresarse en ella temas considerados de avanzada; que a decir del legislador, se colocó al marco legislativo mexicano nivel de las democracias modernas.

Uno de sus aciertos, consistió en darle la categoría de antecedente en el tema de la regulación de la Publicidad Gubernamental, la Fundación Fundar, lo exhibe en Publicidad Oficial⁶² como tal.

⁶² Publicidadoficial.com es el primer sitio en México que tiene como objetivo mostrar y denunciar los abusos que se hacen con recursos públicos destinados a comunicación social y publicidad oficial en el país. La información contenida en esta página busca promover el debate público sobre el impacto del mal uso de la publicidad oficial y cómo afecta esto al acceso a la información y la libertad de expresión a la ciudadanía.

Publicidadoficial.com es una sencilla herramienta que permite conocer los datos oficiales sobre los recursos federales y estatales que se destinan a comunicación social y publicidad en el país. Los datos oficiales se presentan exactamente como las oficinas gubernamentales los publican, y se utilizan para apoyar o realizar numerosos tipos de investigaciones y consultas.

El resultado de esta iniciativa es la sistematización de información proveniente de diversas fuentes a nivel federal como estatal con los siguientes objetivos:

1. Impulsar el ejercicio de la libertad de expresión a través del acceso a la información.
2. Transparentar la información sobre los recursos que se destinan a comunicación social y publicidad en el país.
3. Impulsar el derecho al acceso a la información pública mediante la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG).
4. Promover la rendición de cuentas por parte de las dependencias, tomadores de decisiones y servidores públicos involucrados con la política de comunicación social del Gobierno Federal y

La regulación de los medios de comunicación en México



Un segundo aspecto que se observó, son las similitudes que guarda la legislación mexicana con la española; ésta última adoptada desde el año 1985.

Tema	Ley Orgánica 5/1985 19 de junio del Régimen Electoral General	COFIPE Reforma Publicada en el Diario Oficial 14 de enero de 2008
<p>Propaganda electoral</p>	<p>Garantía de pluralismo político y social; así como la igualdad, proporcionalidad y la neutralidad informativa en la programación de los medios de comunicación de titularidad pública en período electoral. Asimismo, en dicho periodo, las televisoras privadas deberán respetar también los principios de proporcionalidad y neutralidad informativa en los debates y entrevistas electorales así como en la información relativa a la campaña electoral de acuerdo a las Instrucciones que, a tal efecto, elabore la Junta Electoral competente, (Art. 66 numerales 1 y 2)</p>	<p>La 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... 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 (Art. 228 numerales del 1 al 4). El IFE dispondrá de monitoreos para la observación de la equidad en el acceso a los medios de comunicación. (Art. 59 numeral 2; 65 numeral 3 y 76) Estudios que hará público cada 15 días.</p>
<p>Derecho de Réplica</p>	<p>Cuando por cualquier medio de comunicación social se difundan hechos que aludan a candidatos o dirigentes de los partidos, federaciones, coaliciones o agrupaciones que concurren a la elección, que éstos consideren inexactos y cuya divulgación pueda causarles perjuicio, podrán ejercitar el</p>	<p>En la propaganda política o electoral deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas. Los partidos políticos, los precandidatos y candidatos podrán ejercer el derecho de réplica Este derecho se ejercitará sin perjuicio de aquellos correspondientes a las</p>

de los gobiernos estatales. Disponible en <http://fundar.org.mx/mexico/?p=2514>, consultado el 23 de mayo de 2013.

	<p>derecho de rectificación, se explica cómo cumplir con este ordenamiento y se define la figura del Juicio Verbal al que hay lugar en esta norma. (Art. 68)</p>	<p>responsabilidades o al daño moral que se ocasionen en términos de la ley que regule la materia de imprenta y de las disposiciones civiles y penales aplicables. (Art. 232 numerales 1 y 2; 233 numerales del 1 al 4 y 234).</p>
	<p>Queda prohibido contratar espacios de publicidad en los medios de titularidad pública y en las emisoras de televisión privada.</p> <p>El acceso a la radio y la televisión pública es mediante espacios gratuitos de propaganda (Art. 60 numerales 1 y 2)</p>	<p>Queda prohibida la contratación de propaganda electoral en radio y televisión (Art. 49 numerales 3 y 4</p>
	<p>La Junta Electoral Central es la autoridad competente para distribuir los espacios gratuitos (Art. 65)</p>	<p>El IFE es la única autoridad para administrar los tiempos en radio y televisión (Art. 49 párrafo 5)</p>
<p>Prohibición de la compra de publicidad</p>	<p>Una comisión de radio y televisión, bajo la dirección de la Junta Central, es competente para efectuar la propuesta de distribución de los espacios gratuitos de propaganda electoral. (Art. 65 numeral 2)</p>	<p>El Instituto ejercerá sus facultades en materia de radio y televisión a través de los siguientes órganos:...d) El Comité de Radio y Televisión.</p> <p>Para asegurar a los partidos la debida participación en la materia, se constituye el Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, conforme a lo siguiente: conocer y aprobar las pautas de transmisión, sesionar de manera ordinaria una vez al mes y de manera extraordinaria cuando convoque el consejero que la presida... Se integrará por tres consejeros electorales, el director de prerrogativas, los partidos políticos... Los acuerdos se tomarán por mayoría y sólo votan los consejeros electorales (Art. 51, 76 párrafos 1 y 2 del numeral 1 al 5)</p>
	<p>La distribución de los espacios publicitarios para propaganda electoral se hace atendiendo el número total de votos obtenidos en las anteriores elecciones equivalentes y conforme al siguiente baremo: 10 minutos para los que no participaron</p>	<p>Para precampañas 12 minutos en cada estación de radio y televisión en la entidad (Art. 64 numeral 1 y 65 numeral 1), los cuales deberán ser traducidos en números de mensajes. Las unidades de medida son 30 segundos, 1 y 2 minutos (Art. 56 numeral 4). Distribución de</p>

<p>en la elección anterior; 15 minutos para los que participaron pero no alcanzaron el 5% del total de votos válidos emitidos; 30 para los que alcanzaron entre el 5 y 20% del total de los votos válidos emitidos; 45 minutos para los que habiendo obtenido representación en las anteriores elecciones equivalentes, hubieren alcanzado, al menos, 20 % del total de los votos válidos emitidos.</p> <p>La determinación del momento y el orden de la emisión de los espacios de propaganda electoral tendrá en cuenta las preferencias de los partidos, federaciones o coaliciones en función del número de votos que obtuvieron en las anteriores elecciones equivalentes (Arts. 61,64 numeral 1, incisos del a) al d) y 67,</p>	<p>mensajes 30% igualitario y 70% por resultado en la elección de diputados anterior (art. 56 numeral 1). Las transmisiones son de 6:00 a 24:00 horas (Art. 55 numeral 2)</p> <p>En campañas, serán 18 minutos en cada estación de radio y televisión en la entidad (Art. 64 numeral 1, 66 numeral 1), los cuales deberán ser traducidos a mensajes. Las unidades de medidas son 30 segundos, 1 y 2 minutos (Art. 56 numeral 4). Distribución 30% iguales y 70% conforme a la votación alcanzada en la elección de diputados anterior (Art. 56 numeral 1). Las transmisiones son de 6:00 a 24:00 horas. (Art. 55 numeral2)</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia con datos de ambas Leyes citadas en los cabezales de las columnas. (Régimen Electoral General, 1985) y (Mexicanos, 2008)

De la adopción de la regulación española a la mexicana con realidades disímboles, se expresan en el análisis comparativo entre ésta y la Reforma Electoral 2007 hecha por los investigadores Ramón Reig García y Rosalba Mancinas Chávez; que entre otros tópicos, señalan las diferencia entre la naturaleza de los medios de comunicación; en tanto, que en Europa éstos provienen de la tutela del Estado, en Estados Unidos y México su origen es comercial. (Mancinas, 2013)

Efectivamente, en el trabajo citado se observan coincidencias en las legislaciones española y mexicana como la definición de los medios de comunicación como entes de servicio de interés público; la asignación de espacios gratuitos y los mecanismos de distribución de los mismos a partir de la fuerza electoral de cada partido, las instituciones electorales con sus medios de impugnación para recurrir a los órganos

jurisdiccionales para hacer valer los agravios que se consideren se hicieron a los contendientes en la justa electoral; cambian los contextos.

Sin embargo, como ya se mencionó la naturaleza de los medios es distinta; así como la forma del quehacer periodístico, en tanto que en España los periodistas consideran la fuerza electoral, en México, los espacios publicitarios gratuitos son utilizados para la denostación del contrincante, con o sin pruebas, como se evidenció en el capítulo anterior, donde se expusieron como eran utilizados los medios.

Y si bien al igual que en España, en México existe una estructura de órganos electorales que se encargan de la organización, supervisión y evaluación de los procesos electorales, como lo señalan los autores en comentario, la última palabra sobre las controversias que se ventilan en los estados federados, la tiene, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación; sin importar la insatisfacción que puedan dejar sus resoluciones entre los ciudadanos.

Además, se advierte, en España de la integración de académicos en sus órganos electorales que vigilan la deontología de los contenidos; condición que en México sigue sin aplicarse.

Precisamente sobre el tema del quehacer periodístico, la reforma electoral del año 2007 dejó temas pendientes como la forma en que los periodistas deben acercarse a la información política, estableció el investigador del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, César Astudillo Reyes, quien adelantó que habría ineficiencias en la operatividad de la autoridad administrativa electoral ante la excesiva facultades que se le establecieron al IFE para vigilar tanto las elecciones federales del 2009 como las que se organizarían en las entidades federativas, mismas que en algunos casos no eran concurrentes. (Reyes, 2008)

Estas consideraciones se vieron reflejadas durante la Presentación del Reglamento de Radio y Televisión del Instituto Electoral ante los nuevos sujetos regulados, evento celebrado el 20 de septiembre de 2007 y dirigido a los funcionarios electorales relacionados con el tema; responsables de su aplicación en los procesos electorales del año 2009.

En este sentido, el IFE precisó que es la única autoridad electoral responsable de administrar las prerrogativas de los partidos políticos y las autoridades electorales en

La regulación de los medios de comunicación en México



las entidades federativas en materia de acceso a los medios de comunicación, específicamente, radio y televisión, así como la vigilancia del cumplimiento de este derecho.

Sin embargo, en esa reunión, la autoridad electoral aceptó carecer de recursos financieros, técnicos y humanos para realizar el monitoreo de medios electrónicos de comunicación, radio y televisión, por lo que se cumpliría parcialmente con las nuevas disposiciones de la reforma electoral. A consecuencia de las limitaciones técnicas, requiere del apoyo de las autoridades electorales en las entidades federativas para realizar los mapas de cobertura de las estaciones de radio y televisión.

Por parte de los asistentes, las autoridades electorales en las entidades federativas consideraron estar en estado de indefensión para garantizar las prerrogativas de los partidos políticos en materia de acceso a los medios de comunicación, a consecuencia de la falta de respuesta pronta y expedita de parte del Comité de Radio y Televisión del IFE para autorizar los espacios tanto de éstos como de las propias autoridades electorales en las entidades.

En lo que se refiere a la información de los noticieros, al no desarrollar los monitoreos, carecen de elementos para enfrentar las quejas y faltas administrativas promovidas por los partidos políticos durante la organización de la jornada electoral. (López, 2008) Esta discusión la amortizó el IFE con la renuncia del Director de Prerrogativas y Partidos Políticos, Fernando Agiss Bitar.

Lo anterior, se evidenció en la Licitación Pública Internacional para concesionar el servicio del monitoreo; en la que se habló de deficiencias para la administración de 23 millones de spots con un costo de 25 millones 745 mil 560 dólares. (Hernández S. , 2008).

La compañía IBOPE hasta ese momento encargada de esta actividad, previó ineficiencias, al considerar que a la nueva responsable Tecnológica Cibernética carecía de la experiencia para cubrir las necesidades del monitoreo. (González H. , 2009)

Desde la óptica del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, expresada en la Vigésima Reunión Nacional de Juzgadores Electorales, evento coincidente con los momentos que se difundía la reforma electoral 2007, y cuya sede del evento fue Tabasco, anticipó dificultades para su aplicación y una tendencia a resolver los resultados de los procesos electorales en los tribunales.

Los razones que se esgrimió en voz de su titular, la Magistrada Presidenta, María del Carmen Alanís Figueroa, además de que no exista un sistema sancionatorio que castigue a quien cometa irregularidades durante la organización y desarrollo de las elecciones, “se seguirá amenazando el equilibrio de poderes y ejerciendo la sanción más grave en materia de nulidades: la anulación del voto ciudadano”. (Figueroa, 2007)

Empero, el modelo de comunicación política establecido en México y América Latina a partir de las reformas electorales que se promovieron en el año 2007, que intentó establecer distancia entre el estilo americanizado⁶³ fueron insuficientes, así se desprende del análisis comparativo realizado en el año 2009 por el catedrático universitario Francisco de Jesús Aceves González, de los contenidos de las legislaciones electorales en 19 países de la región.

La primera tiene que ver con las diferencias sustanciales que se observan entre las legislaciones, tanto en el número de aspectos sometidos a regulación como a la calidad de los mismos. Esta disparidad parece ser el resultado de las particularidades con las que cada país ha experimentado sus procesos electorales. Así, la estabilidad de la norma permanece en tanto resulte funcional para procesar los conflictos derivados de la contienda electoral; en caso contrario se generan procesos de reforma. La segunda se refiere al profundo rezago que se observa en la legislación electoral respecto a la centralidad del espacio mediático, que se ha convertido en la principal arena de confrontación y debate político. Inclusive en aquellos países catalogados como de “alta regulación” en el presente escrito, la normatividad establecida resulta insuficiente. La tercera conclusión es que el énfasis regulatorio se restringe a establecer la norma de los aspectos relacionados con las actividades de campaña y publicidad política en el ámbito del “deber ser”, sin establecer paralelamente a los ordenamientos, la aplicación de sanciones correspondientes a los infractores. Son, pues, como se dice en el argot jurídico, legislaciones “sin dientes”. (González F. d., 2009)

⁶³Los autores que utilizan este término son Radunski 1996; Berlín Villafaña 2006; Zovatto 2007 y su significado se refiere estrictamente a la utilización de las herramientas de la mercadotecnia política –el uso de la encuestas y la publicidad política– que tuvieron su origen en Estados Unidos, pero con diversos grados de adopción y adaptación, se han convertido en el elemento central de las estrategias de comunicación de las campañas políticas en los procesos electorales en América Latina citados en el trabajo de Francisco Aceves.

La regulación de los medios de comunicación en México



En el estudio de Aceves González se expresan reflexiones, sin respuestas categóricas, en torno a que la efectividad de la legislación electoral depende de la observancia que hagan de la norma los actores políticos y de que la propia norma adquiera la fuerza para ser obligatoria su observancia.

Afirmaciones coincidentes con la debacle de la reforma electoral del año 2007 en la regulación de los medios de comunicación, se expresaron en la compilación auspiciada por el Instituto Electoral del Estado de México, donde los autores de los ensayos la califican de insuficiente, incompleta y deficiente: debido a que a las leyes secundarias como la Ley Federal de Radio y Televisión y la de Telecomunicaciones permanecieron sin absorber el nuevo modelo.

A las deficiencias legislativas hay que agregarles las inconsistencias e insuficiencias de las autoridades electorales, administrativas y jurisdiccionales, que complican todavía más la aplicación de la nueva legislación.

Un balance al final de esta primera prueba, muestra que fue un acierto la limitación de la propaganda político-electoral a los tiempos del Estado, sin embargo, es urgente corregir las carencias persistentes, al menos, en dos sentidos: uno, incluir en la LFRyT la posibilidad de revocar las concesiones en caso de las violaciones reiteradas y sistemáticas a las normas electorales; y dos, explorar nuevas fórmulas que permitan superar la creciente espotización, para transitar a campañas más orientadas a las propuestas, la discusión de ideas alternativas y la crítica argumentada y sustentada. (Valerio, Ensayo: "Los tropiezos del nuevo modelo de propaganda político-electoral", 2011)

Desde la perspectiva de los académicos, las lagunas normativas dieron como resultado un escenario de incertidumbre en cuanto a la administración electoral, cuando la certeza⁶⁴ es un uno de los principios rectores que sostienen al sistema

⁶⁴ Principios rectores. La Constitución dispone que el ejercicio de la función estatal de organizar las elecciones federales que tiene a su cargo el Instituto Federal Electoral se debe regir por cinco principios fundamentales: Certeza. Alude a la necesidad de que todas las acciones que desempeñe el Instituto Federal Electoral estén dotadas de veracidad, certidumbre y apego a los hechos, esto es, que los resultados de sus actividades sean completamente verificables, fidedignos y confiables.

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

Independencia. Hace referencia a las garantías y atributos de que disponen los órganos y autoridades que conforman la institución para que sus procesos de deliberación y toma de

electoral mexicano, y por el contrario, los actores políticos encontraron cómo evadir las nuevas disposiciones legales, se abrió la posibilidad de burlar la ley.

En el 2009 se celebraron elecciones federales, en los que se renovó la Cámara de Diputados integrada por 500 diputados federales que se eligen cada tres años: 300 por mayoría relativa y 200 por representación proporcional.

Simultáneamente hubo procesos en once entidades federativas, en fechas concurrentes o posteriores a la elección federal, antes mencionada. En Campeche, Colima, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Morelos, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Sonora y Tabasco, para la elección de gobernadores, diputados locales y alcaldes; se puso a prueba la Reforma Electoral 2007; así como 3 extraordinarias en Quintana Roo, Guerrero e Hidalgo. (Federación T. E., 2008)

3.8.3. Reflexiones posteriores sobre la regulación de los medios de comunicación en procesos electorales en México

3.8.3.1. La reflexión 2010

Los Poderes Legislativo y el Judicial convocaron a realizar nuevas reformas a la legislación, concretamente, a lo atinente a la regulación de los medios de comunicación en los periodos de precampaña y campaña; así como los recursos jurídicos para la interposición de las quejas.

Tras este pronunciamiento se llevó a cabo la evaluación de las experiencias que dejaron la elección federal y las 12 elecciones locales coincidentes en 2009; y de las 16 elecciones no coincidentes del 2010. En torno a cuatro mesas de debate, se

decisiones se den con absoluta libertad y respondan única y exclusivamente al imperio de la ley, afirmándose su total independencia respecto a cualquier poder establecido.

Imparcialidad. Significa que en el desarrollo de sus actividades, todos los integrantes del Instituto Federal Electoral deben reconocer y velar permanentemente por el interés de la sociedad y por los valores fundamentales de la democracia, supeditando a éstos, de manera irrestricta, cualquier interés personal o preferencia política.

Objetividad. Implica un quehacer institucional y personal fundado en el reconocimiento global, coherente y razonado de la realidad sobre la que se actúa y, consecuentemente, la obligación de percibir e interpretar los hechos por encima de visiones y opiniones parciales o unilaterales, máxime si éstas pueden alterar la expresión o consecuencia del quehacer institucional. http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Acerca_del_IFE/ Portal de internet del IFE. Consultado el 19 de julio de 2012.

La regulación de los medios de comunicación en México



formaron los criterios en los que se reclamaban ajustes legales para dotar al país de un marco más firme y cierto, pensado para la elección federal de 2012.

El 11 de agosto de 2010, el Poder Legislativo mexicano en coordinación con el Instituto Federal Electoral y el Centro de Investigaciones para el Desarrollo, convocó al Seminario de Análisis 2010: Los temas críticos de la reforma electoral, en los que se abordaron como primeros tópicos la administración de los tiempos de la radio y la televisión en materia electoral y los procedimientos sancionadores. (Gobernación C. d., 2010)

Los objetivos de la convocatoria fueron realizar un balance informado de los temas más importantes que hicieron parte de la reforma electoral-constitucional ocurrida en el año 2007-2008 y proponer un esquema de reforma legal para una mejor administración de los comicios federales y locales.

A la par, se prosiguió con el proceso de homologación de las fechas de las elecciones, a fin de que tanto las federales como las estatales se realizasen simultáneamente, en ese contexto, se dio el enfrentamiento entre la autoridad electoral y los medios de comunicación organizados en la CIRT.

“¿Acaso el IFE está planeando se anulen las elecciones del 2012 por los incumplimientos masivos que tendrán la Radio y la Tv?”. (Najjar, 2011) fue la pregunta que formularon los concesionarios de la radio y la televisión ante la opinión pública, mediante un desplegado que publicaron en diarios de circulación nacional.

La reflexión de los empresarios de la industria de la radio y la televisión en materia de regulación de los medios de comunicación para la contienda electoral, la llevaron hasta la más alta instancia, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. En total, casi mil recursos fueron interpuestos por los permisionarios y concesionarios del ramo en un mismo día.

Aunado a los argumentos técnicos que expresaron los concesionarios de la radio y la televisión, la máxima legal cuya base es la incapacidad de obligar a la persona a

efectuar tareas que están humanamente fuera de su alcance, fue la razón recurrente de los empresarios del ramo en los medios de impugnación promovidos.

La Septuagésima Novena Convención de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, celebrada el 23 de junio de 2011 en Puebla, México; el presidente del organismo, Tristán Canales Najjar, fijó en su discurso de apertura, la posición de sus agremiados, a manera de antecedente de las expresiones en los medios de comunicación, entre los empresarios y la autoridad electoral.

Los industriales de la radio y la televisión fuimos pioneros en la adopción de códigos de ética; fuimos también los primeros en darle espacio a la pluralidad; a la diversidad; a todas las voces; y hemos hecho de la defensa de la libertad de expresión una causa a favor de México. En suma, ustedes lo saben, tenemos un compromiso indeclinable con la democracia y el progreso de México.

Por eso desde aquí, con autoridad moral, nuestra industria unida expresa su legítima y profunda preocupación por la manera en que el Instituto Federal Electoral ha venido operando para tratar de imponer condiciones inaceptables para los medios en materia de libertad de expresión.

De manera unilateral, el IFE circuló una propuesta de lineamientos para regular el derecho de réplica, que representa una flagrante invasión a las funciones del poder legislativo y que tiene, como fin último, imponer mayores restricciones a los medios para la cobertura de las campañas. Es evidente que lo que busca el IFE es contar con nuevos mecanismos de censura a los medios de comunicación, además de los que lamentablemente le proporcionó la reforma electoral de 2007.

Actos de simulación, controles burocráticos, discrecionales y arbitrarios, nos obligan a reafirmar nuestra posición indeclinable de defensa de la libertad de expresión, que la Constitución otorga a todos los mexicanos por igual.

Desde aquí enviamos un mensaje al IFE de apertura al diálogo maduro y responsable. Reiteramos nuestro absoluto respeto por la ley y las instituciones del Estado mexicano, pero rechazamos que en aras de la supuesta equidad en las contiendas, cada proceso electoral, cada año y cada día, el IFE imponga acuerdos unilaterales, arbitrarios, que claramente violan las garantías individuales de los mexicanos.

A lo largo de su historia, nuestro país ha dado una lucha ejemplar a favor de la igualdad y de la democracia. Si algo ha quedado claro como legado de nuestra lucha democrática es que los mexicanos no queremos ciudadanos de primera y de segunda.

Mientras la fuerza de la sociedad organizada y su lucha a favor de las libertades consolidan las democracias y derrumban regímenes autoritarios, el IFE pretende consolidarse como un organismo inquisidor.

¡¡¡México no merece un retroceso de esta naturaleza!!!

La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión no claudicará en la defensa de la libertad de expresión de los ciudadanos, como tampoco renunciará a la defensa de sus legítimos derechos. Apoyamos incondicionalmente el regreso de un IFE ciudadano y expresamos nuestro rechazo más amplio a un IFE censor y autoritario.

La regulación de los medios de comunicación en México



Durante los meses de junio y julio del año 2011 a escasos 3 meses de la declaratoria del contienda electoral 2011-2012, en la que se elegiría al Presidente de la República, miembros de las Cámaras de Diputados y Senadores, así como Gobernadores, Presidentes Municipales y Regidores y Diputados locales, en total, 2 mil 36 cargos de elección popular a votación; se llevó a cabo el intercambio de opiniones.

Según los datos de la CIRT para las elecciones del 2012, se programarían 30 mil versiones de spots y al final se transmitirían 39 millones de impactos; condiciones técnicas que se efectuaron sin consultar a los empresarios, en lo relativo a la obligatoriedad de programar los spots para la difusión de la propaganda de candidatos y partidos políticos en el ejercicio de sus prerrogativas.

Como segundo tema, pero de igual magnitud en la discusión, los socios de la CIRT, reclamaron el establecimiento de lineamientos para ser efectivo el Derecho de Réplica. En esta ocasión, a parte de la prohibición en la compra-venta de espacios publicitarios, la autoridad electoral abordó el rubro de los contenidos en la presentación de las noticias y la obligatoriedad de conceder los espacios que reclamasen candidatos y partidos que sintiesen un agravio. (Najjar, 2011)

Por su parte, el IFE se mantuvo firme en su decisión de modificar el Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, compartió a través de su portal de internet, sus motivaciones, y el peor de sus momentos críticos, fue la dimisión del Consejero Electoral, Francisco Guerrero, al Comité de Radio y Televisión del IFE.

En el anuncio de su separación del organismo en comento, el consejero electoral afirmó: “Yo no puedo ser comparsa de decisiones que pongan en peligro la elección presidencial, eso no lo voy a hacer”, frase que destacó en los medios impresos de circulación nacional. (Urritia, 2011)

El Consejo General del IFE, finalmente, puso las reglas para el acceso a la radio y la televisión en el proceso electoral federal 2011-2012, al modificar el Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, emitir criterios relativos al ordenamiento del

Derecho de Réplica y reformar el Reglamento de Denuncias y Quejas en sesión celebrada el 27 de junio del año 2011.

La soberanía nacional, máximo bien tutelado por el Estado mexicano en su Constitución, estaba en riesgo a decir de los empresarios de los medios de comunicación en la víspera del inicio del proceso electoral federal 2011-2012 para la renovación de los titulares de los Poderes Ejecutivo y Legislativo.

La discusión concluyó con el resolutive del máximo órgano jurisdiccional, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, que determinó revocar el Acuerdo del Consejo General del IFE y dejó sin efectos el Reglamento de Radio y Televisión en materia electoral. (Federación S. S., 2011)

El 7 de octubre de 2011 inició el proceso electoral federal en México sin modificaciones a la legislación en materia de acceso a la radio y la televisión. Las propuestas reglamentarias del IFE sin prosperar y el tema considerado en la agenda política sin tratar ya que al inicio del Primer Periodo Ordinario Sesiones correspondiente al último año del ejercicio de la Legislatura federal, el 1 de septiembre de 2011, éste aún proseguía como un asunto por atender. (López L. , 2011)

3.8.3.2. La reflexión 2012: Pacto por México

El 2 de diciembre de 2012 a un día de haber entrado en funciones el presidente de la República Enrique Peña Nieto, se firmó el Pacto por México; acto en el que convergieron todas las fuerzas políticas del país y documento que direccionó los esfuerzos para delinear la agenda de trabajo institucional.

En el cuerpo del documento, en la parte quinta denominada Gobernabilidad Democrática, se establece en el numeral 5.3. denominado Partidos Políticos y Elecciones, se enlistan entre otras acciones.

Se impulsará una Reforma Electoral que atienda los siguientes temas (Compromiso 90): ... (Incorporación a las causales de nulidad de una elección lo siguiente: 1) el rebase de los topes de campaña; 2) la utilización de recursos al margen de las normas que establezca el órgano electoral; y 3) la compra de cobertura informativa en cualquiera de sus modalidades periodísticas, con la correspondiente sanción al medio de que se trate), Revisión de los tiempos oficiales de radio y televisión para impulsar una

La regulación de los medios de comunicación en México



cultura de debate político y una racionalización del uso de los anuncios publicitarios. (Nieto, 2012)

Sin embargo, en el punto 5.7 de este mismo documento, se habla de la publicación de las leyes secundarias a la reforma política y electoral mencionada anteriormente y relativas a la democracia participativa como la iniciativa popular, el referéndum hasta las candidaturas independientes, pero se omite hablar de la regulación de los medios de comunicación.

Para el 27 de mayo de 2013, los integrantes del Pacto por México dan a conocer los ejes sobre los que se promoverá la reforma político-electoral, con el compromiso de traducirlas en leyes concretas a más tardar en el año 2014; en los que se prescindiría de una propuesta sobre la regulación de los medios de comunicación.

Instala el Pacto la mesa para la reforma político-electoral.- El Consejo Rector del Pacto por México instaló la mesa para la reforma político-electoral, misma que está dividida en tres ejes: Reforma Secundaria en Materia Electoral, Ley de Partidos Políticos y Régimen Político.

El jefe de la Oficina de la Presidencia de la República, Aurelio Nuño Mayer, definió que el primer eje abordará lo relativo a las candidaturas independientes, las iniciativas ciudadanas y preferentes, así como la consulta popular. Mientras, eje referente a la Ley de partidos políticos revisará lo relativo a la transparencia de los recursos y la reducción de los topes de campaña. En tanto, que la mesa de Régimen político se centrará en los gobiernos de coalición. A la instalación de la mesa que se llevó en el Palacio de Minería, asistieron el titular de Gobernación, Miguel Ángel Osorio Chong, así como los presidentes de los Partidos Acción Nacional (PAN), Gustavo Madero Muñoz; de la Revolución Democrática (PRD), Jesús Zambrano Grijalva, Revolucionario Institucional (PRI) César Camacho Quiroz y del Verde Ecologista de México cuya representación recayó el Vocero de ese instituto político Arturo Escobar y Vega. Por su parte, Miguel Ángel Osorio, Secretario de Gobernación, afirmó que el reto de la reforma político-electoral es pasar de una democracia que gobierne a una que transforme, así como de una democracia electoral, a una en la cual la participación de los ciudadanos se base para la toma de decisiones públicas. (El Heraldo de Tabasco, Página 20). (Social, 2013)

A pesar de las reflexiones anteriores, dentro de la agenda política electoral, promover una adecuación a la actual regulación de los medios de comunicación y/o la introducción de otro sistema para encausar el comportamiento de los empresarios de la radio y la televisión quedó sin reflejarse.

Esto, a la par de la publicación de los resultados de la investigación a cargo del ex consejero del IFE Jesús Cantú Escalante en la revista *Desacatos* correspondiente al bimestre mayo-agosto de 2013 patrocinada por el Centro de Investigaciones y de Estudios Superiores en Antropología Social, en los que sustentó que en la elección presidencial del año 2012 en la que resultó ganador Enrique Peña Nieto, las televisoras vulneraron la equidad electoral y afirmó que el beneficiario de la inequidad fue el propio Peña Nieto; antes y durante la organización del proceso electoral. Del año previo a la elección, analizó el periodo que cubre del 1 de abril de 2011 al 30 de junio de 2012.

Al revisar el número de notas y la cantidad de tiempo que los noticieros de televisión dedicaron a quienes posteriormente resultaron los candidatos de las tres principales fuerzas políticas nacionales se percibe con toda claridad la disparidad en la cobertura. La diferencia es de 3.5 notas contra una entre Enrique Peña Nieto, quien después fue el candidato de la Coalición Compromiso por México, y Andrés Manuel López Obrador, candidato del Movimiento Progresista, y de siete a una entre el primero y la candidata del PAN, Josefina Vázquez Mota. (Escalante, 2013)

La explicación que ofrece Cantú Escalante es que Peña Nieto gozó de lo que llamó el tratamiento privilegiado debido a que apareció en actos que eran noticiosos a razón de su cargo como gobernador del Estado de México, sin embargo, notó que en igual circunstancias se encontraban el otrora jefe del gobierno del Distrito Federal Marcelo Ebrard Casaubón y el ex presidente Felipe Calderón Hinojosa, y aun así, Peña Nieto los aventajaba en presencia mediática.

A manera de ilustración de lo anterior, Cantú Escalante comentó que la relación de la presencia mediática entre Peña Nieto y Ebrard Casaubón era de 3 a 1 y en criterios de noticiabilidad tanto el Quinto Informe de Gobierno de Calderón Hinojosa como la entrega del gobierno del Estado de México con Peña Nieto, ambos eventos fueron considerados de la misma magnitud y contaron con igualdad en la cobertura informativa.

Como lo vino sosteniendo desde el año 2007 cuando publicó su ensayo en la que criticó la Reforma Electoral, Cantú Escalante, confirmó lo ya dicho en este trabajo con relación a la compra simulada de espacios publicitarios en los medios de comunicación.

En cuanto a los noticieros televisivos, también hicieron su aparición los “infomerciales”, espacios informativos en los que se transmiten materiales

La regulación de los medios de comunicación en México



con una evidente intención de promover al actor político, sin revelar a la audiencia el contenido publicitario del mensaje.

Durante los ocho meses previos al inicio de las precampañas, se detectaron en los noticieros monitoreados 41 materiales de Peña Nieto que cumplen con las características de “infomerciales”, es decir, poco más de cinco promocionales disfrazados por mes, con particular acento en abril, cuando se transmitieron ocho segmentos, junio con 10 y agosto con nueve. (Escalante, 2013)

En el periodo de las precampañas e intercampanas electorales, Cantú Escalante explica un balance en la presencia mediática de los entonces aspirantes a participar en la contienda electoral del 2 de julio de 2012, al elevarse la aparición de Josefina Vázquez Mota y el PAN; esto por ser el único partido que llevó a cabo la selección interna de su candidato; cayó la Peña Nieto a segundo lugar; en tanto que Andrés Manuel López Obrador de la coalición Movimiento Progresista quedó en tercero.

Finalmente en las campañas electorales, Cantú Escalante, vio que las televisoras fueron cuidadosas en la distribución de los tiempos de exposición de los candidatos para cumplir con la normatividad electoral vigente, pero, observó que la diferencia radicó en el tratamiento informativo de los mismos.

Sin embargo, la mayor diferencia se encuentra en el tono de las informaciones, pues al colocar esta calificación el tratamiento distinto se torna más evidente, Vázquez Mota, que fue la que menos tiempo de cobertura total recibió, se vio favorecida porque fue a la que se le dedicó menos tiempo negativo. Peña Nieto fue quien más tiempo total y positivo tuvo. En cambio, López Obrador fue el que más tiempo negativo acaparó: casi dos y media veces más que la candidata del blanquiazul y casi 40% más que el tricolor. Al sumar todas estas variables el total de tiempo neutro y positivo de EPN alcanza 5 horas y 34 minutos en los 66 días, el de AMLO, 4 horas y 40 minutos, y el de JVM, 4 horas y 23 segundos. Es decir, durante la campaña electoral el candidato tricolor tuvo 54 minutos más de exposición neutra o positiva que el perredista y 1 hora 11 minutos más que la panista. La diferencia no es menor. También resulta significativo que los porcentajes del tiempo neutro, negativo y positivo que las dos televisoras difundieron sobre el candidato de la Coalición Compromiso por México son casi idénticos. Las diferencias se encuentran en el tono del tiempo dedicado a los otros dos candidatos: TV Azteca dedica más tiempo negativo a AMLO y a JVM que Televisa. (Escalante, 2013)

La disertación de Cantú Escalante concluye diciendo que tras su trabajo de investigación, los medios de comunicación carecen de neutralidad política, condición que afecta al pluralismo interno, toda vez que en éstos, no se refleja la oferta política.

El trabajo de Cantú Escalante no entra a los análisis estructurales, ni las relaciones de poder; de los intereses económicos de los medios de comunicación deja entrever una compra simulada de espacios publicitarios mencionada anteriormente y se limitó a reflejar el acceso inequitativo de los candidatos y los partidos políticos en el proceso electoral ordinario 2011-2012.

Capítulo IV. La Reforma Electoral 2007 en Tabasco: Adopción del modelo de comunicación política

4. El Decreto constitucional y legal

La referida reforma electoral de 2007 en México se reprodujo en las entidades federativas que conforman la República. En Tabasco, La Constitución del Estado Libre y Soberano de Tabasco y la Ley Electoral del Estado de Tabasco -marco legal bajo el cual se organizó la elección de 2009 en esa localidad y se aplicó por primera vez esta reforma-, se trató de una transcripción de la normatividad federal.

La Reforma Electoral en Tabasco 2008 se concretó con la publicación de los Decretos en los Periódicos Oficiales del Estado de Tabasco de fecha 8 de noviembre y 12 de diciembre de 2008; con las modificaciones a los textos jurídicos ya mencionados, a 3 meses de que se declarase el inicio del mismo, en marzo 15 de 2009.

La reforma al texto constitucional de Tabasco se hizo en el Decreto 096 de fecha 8 de noviembre publicado en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco, entre las motivaciones de este mandato, se distingue el Cuarto Considerando que cita “que las legislaturas de los estados deberán adecuar su legislación aplicable a más tardar un año de entrar en vigor la normativa federal, por lo que, resulta imprescindible cumplir con el mandato constitucional”. (Tabasco Q. L., 2008)

Decreto 096

Artículo Único.- Se reforman los artículos: 1, primer párrafo; 9, párrafos primero, segundo y tercero, y de la fracción I a la VIII; dándosele a éstas una nueva estructura integrada por apartados; 11, 12 segundo párrafo; 13, 14 párrafo tercero, fracciones V y VI; 15, párrafo primero, fracciones III y IV y párrafo segundo; 17, primer párrafo; 18, párrafo segundo; 21, párrafos primero y segundo; 23, 24, 36, fracciones XIX, XXX y XLV; 37, 44, fracciones II y IV; 47, 48, 50, 63 bis párrafo tercero, fracciones v y VI, y sus últimos seis párrafos; 64, párrafo primero, fracciones I y XI inciso f); y 66; párrafos primero y tercero. Se adicionan: un sexto párrafo al artículo 4; tres párrafos a la fracción IV del artículo 15; dos párrafos a la fracción IV del artículo 44; cuatro párrafos, al artículo 63 bis; dos párrafos al inciso f) de la fracción XI del artículo 64; y tres párrafos, al artículo 73. Se deroga la fracción XXXIX del artículo 36. Todos de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco... (Tabasco Q. L., 2008)

Posteriormente, se hizo lo propio con la publicación del Decreto 099, de fecha 12 de diciembre de 2008, en el que se manifiestan las modificaciones legales, e incluso, el Código Instituciones y Procedimientos Electorales del Estado de Tabasco, desaparece para transmutarse en la Ley Electoral del Estado de Tabasco (Tabasco Q. N., 2008), en la que hubo sustanciales coincidencias con el ordenamiento federal.

4.1. Del Régimen de partidos políticos

Reforma electoral en Tabasco 2007	Tema
<p>Constitución de Tabasco Art. 9. Apartado A, fracciones del I al VI. LEET Art. 34, 35, 38 al 41 al 55, del 56 al 65, 66 y 67, 107 al 116; 207 párrafo V.</p>	<p>Se establece el derecho de los ciudadanos de formar partidos políticos, y su afiliación individual y libre, en contra de la injerencia de los sindicatos o corporativismo; se toma la disposición de que ningún ciudadano se puede ser inscrito para dos cargos en el mismo proceso electoral. Se faculta a la Ley Electoral para determinar los requisitos para su registro y participación en los procesos electorales. Se establece el equivalente a la Asamblea Nacional y al de Agrupación Política. Además, los obliga a respetar los principios de equidad y paridad de género en la postulación de candidatos y candidatas. Se adopta el concepto de procesos de selección interna de los partidos políticos para la elección de sus candidatos y su regulación. Se imponen obligaciones a los partidos en materia de transparencia y derecho a la información. Además del derecho de formar coaliciones totales o parciales entre partidos. Se enlistan nuevas obligaciones relacionadas con la educación cívica-política y se ratifica la exclusividad de los partidos para la postulación de candidatos para el ejercicio del Poder Público. Se adición de los conceptos de precampaña y campaña electoral y su regulación. Las facultades en la que el IEPC de Tabasco puede intervenir en los asuntos internos de los partidos.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en los Decretos 096 (Tabasco Q. L., 2008) y 099 (Tabasco Q. N., 2008)

4.2. Financiamiento y fiscalización

Reforma electoral en Tabasco 2007	Tema
<p>Constitución de Tabasco Art. 9 Apartado A, fracciones VII a la X y Apartado C inciso h) LEET</p>	<p>Prohibición para que los partidos políticos, aspirantes, precandidatos y candidatos reciban financiamiento, por sí mismos o por terceras personas de Dependencias del Gobierno y sus funcionarios, así como partidos políticos y/o organizaciones en el extranjero, Personas Físicas o Morales mexicanas o del extranjeros, de Líderes religiosos y de personas que vivan en el extranjero.</p>

**Arts. 7,
fracción V; 86 al
104, del 210 al 214;
342 fracción II; 346
y 347**

Los procedimientos para la asignación de financiamiento público, ahora la base la constituye en proporción de los votos obtenidos en la elección de Diputados por el principio de Mayoría Relativa.

Establecimiento del mecanismo para acceder al financiamiento público para gastos de campaña; con su respectivo derecho al 2 por ciento para las actividades dirigidas a la educación cívica-electoral, desarrollo de liderazgos y la investigación socio-política-electoral.

Precisión sobre los sujetos y los mecanismos para la aportación en dinero y en especie de las aportaciones que pueden recibir los partidos políticos.

El derecho de colocar los recursos de los partidos políticos en cuentas, fideicomiso o fondos de inversión en instituciones mexicanas, que quedan libre del secreto bancario.

Creación del Órgano Técnico de Fiscalización, órgano autónomo adscrito al Consejo Estatal del IEPC y el marco de sus funciones y atribuciones; entre los que destaca la capacidad de abrir procedimientos de investigación e incluso reportar a los partidos políticos que omitan el pago de las contribuciones fiscales por sueldos y honorarios de personal que les presten sus servicios, así como el procedimiento para la designación de su titular.

La inclusión de mejoras a formatos y procedimientos para la entrega de informes de partidos políticos y asociaciones política nacionales.

Obligación de informar del origen y destino de los recursos de los Observadores Electorales.

Fuente: Elaboración propia con base en los Decretos 096 (Tabasco Q. L., 2008) y 099 (Tabasco Q. N., 2008)

En este tema, cabe puntualizar que al igual que en el texto constitucional federal, el artículo 96 de la LEET, señaló las atribuciones al recién creado Órgano Técnico de Fiscalización como de la presentar ante el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco⁶⁵, para su aprobación, el proyecto de reglamentación en la materia; así como los demás acuerdos, para regular el registro contable de los ingresos y egresos de los partidos políticos y agrupaciones políticas.

⁶⁵ Qué es el Instituto Electoral y Participación Ciudadana de Tabasco (IEPC Tabasco) Es el organismo público, de carácter permanente, autónomo en su funcionamiento e independiente en sus decisiones y profesional en su desempeño, dotado de personalidad jurídica y patrimonios propios, depositario de la autoridad electoral, responsable del ejercicio de la función pública de organizar las elecciones para Gobernador del Estado, Diputados y Presidentes Municipales y Regidores. Elabora y propone programas de Educación Cívica que se llevan a cabo en años no electorales. <http://www.iepct.org.mx/> Portal de internet del IEPC Tabasco. Sitio Preguntas Frecuentes. Consultado el 19 de julio de 2012.

Además de emitir las normas generales de contabilidad y registro de operaciones aplicables a los institutos políticos y agrupaciones políticas; deberá vigilar que los recursos de los partidos y agrupaciones políticas tengan origen lícito; recibirá los informes trimestrales y anuales, así como los de gastos de precampañas y campañas; de igual manera, revisará los informes de ingresos y gastos que le presenten las agrupaciones políticas estatales y las organizaciones de observadores electorales.

En su artículo 98, establece la obligatoriedad a los partidos políticos de presentar ante el citado, los informes del origen y monto de los ingresos que reciban por cualquier modalidad de financiamiento; así como su empleo y aplicación a través de: informes trimestrales del avance del ejercicio, informes anuales, informes de precampañas, informes de campañas, y en el artículo 99 señaló el procedimiento para la presentación y revisión de los mismos; así como plazos para efectuarlos.

Para el cumplimiento del citado ordenamiento, el 2 de julio de 2009 el Consejo Estatal del IEPCT aprobó el Acuerdo CE/2009/051 en sesión extraordinaria, mediante el cual, a propuesta del Órgano Técnico de Fiscalización, expidió el Reglamento para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos. (Acosta E. G., CE/2009/051, 2009)

En el cuerpo del Acuerdo, se indicó que el Órgano Técnico de Fiscalización del Consejo Estatal tendrá a su cargo la recepción y revisión integral de los informes que presenten los partidos políticos y las agrupaciones políticas respecto del origen y monto de los recursos que reciben por cualquier modalidad de financiamiento, así como su destino y aplicación.

María de los Ángeles Carrillo González (Acosta E. G., CEE/2009/017, 2009), fue la primera titular del Órgano y la que se encargó de la redacción del Reglamento; su incorporación al IEPCT fue el 14 de marzo de 2009 cuando fue electa de entre una terna que presentó el Presidente Consejero Enrique Galland Marqués en la Sesión de Consejo de esa misma fecha. El Órgano quedó integrado por un Jurídico, tres Jefes de Equipo de Auditores, dos Supervisores de Equipo de Auditoría y nueve Auditores.

En ese contexto, como parte de los actos preparatorios del proceso electoral ordinario 2009, se aprobó el 2 de julio el Acuerdo CE/2009/052, (Acosta E. G., CE/2009/052, 2009) mediante el cual se expidió el Reglamento para la fiscalización de

La regulación de los medios de comunicación en México



los recursos de las organizaciones de observadores electorales en consonancia con el artículo 7, fracción V de la Ley Electoral del Estado de Tabasco. En total, se inscribieron 841 observadores electorales y 1 visitante extranjero, la ciudadana alemana Julia Fahrman.

Artículo 7 fracción V de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, establece que las asociaciones a las que pertenezcan los observadores electorales, a más tardar treinta días después al de la jornada electoral, deberán declarar el origen, monto y aplicación del financiamiento que obtengan para el desarrollo de sus actividades relacionadas directamente con la observación electoral que realicen mediante informe que presenten al Consejo Estatal, conforme a los términos previstos en el artículo 98 de esta Ley. (Tabasco Q. N., 2008)

En ese mismo sentido, se procedió con la aprobación del Acuerdo CE/2009/053; por medio del cual se formalizó el Reglamento para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos que formen coaliciones. (Acosta E. G., CE/2009/053, 2009)

En el párrafo segundo del artículo 112, de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, se estableció que en el convenio de coalición se deberá manifestar que los partidos políticos coaligados, según el tipo de coalición de que se trate, se sujetarán a los topes de gastos de campaña que se hayan fijado por distintas elecciones, como si se tratara de un solo partido.

De la misma manera, deberá señalarse el monto de las aportaciones de cada partido político coaligado para el desarrollo de las campañas respectivas, así como las formas de reportarlo en los informes correspondientes.

Es necesario que los partidos políticos que integren una coalición cuenten con una normatividad que les permita presentar sus informes de ingresos y egresos durante los procesos electorales en los que participen, con tal fin, el Órgano de Fiscalización del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, elaboró el reglamento el cual les permitirá regular el registro de sus ingresos y egresos, así como presentar sus informes respectivos mediante esta normativa.

Los topes de los gastos de precampaña y campaña se establecieron en sendos Acuerdos emitidos por el Consejo Estatal a como se ejemplifica con los siguientes cuadros.

Topes de gastos de precampaña 2009
Elección de presidentes municipales

MUNICIPIO	TOPE DE GASTOS DE CAMPAÑA ESTABLECIDO EN EL AÑO 2006 MEDIANTE ACUERDO CE/2006/012 QUE SIRVE COMA BASE PARA EL CÁLCULO DE TOPE DE GASTOS DE PRECAMPAÑA	TOPE DE GASTOS DE PRECAMPAÑA ELECCIÓN DE PRESIDENTES MUNICIPALES Y REGIDORES 2009 art.210 párrafo primero 20%
BALANCÁN	\$963,618.86	\$192,723.77
CÁRDENAS	\$2,510,227.00	\$502,045.40
CENTLA	\$1,344,018.89	\$268,803.78
CENTRO	\$7,000,271.80	\$1,400,054.36
COMALCALCO	\$1,646,213.19	\$329,242.64
CUNDUACÁN	\$1,018,588.87	\$203,717.77
E. ZAPATA	\$275,035.86	\$55,007.17
HUIMANGUILLO	\$2,708,844.59	\$541,768.92
JALAPA	\$488,817.65	\$97,763.53
JALPA DE MÉNDEZ	\$683,737.75	\$136,747.55
MACUSPANA	\$2,513,891.15	\$502,778.23
NACAJUCA	\$687,717.64	\$137,543.53
PARAÍSO	\$594,773.02	\$118,954.60
TACOTALPA	\$534,008.81	\$106,801.76
TEAPA	\$568,748.48	\$113,749.70
TENOSIQUE	\$973,649.79	\$194,729.96

Fuente: Acuerdo del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco CE/2009/022 de fecha 25 de abril de 2009 (Acosta E. G., Acuedo CE/2009/022, 2009)

Topes de gastos de precampaña 2009
Elección de diputados

DISTRITO	TOPE DE GASTOS DE CAMPAÑA ESTABLECIDO EN EL AÑO 2006 MEDIANTE ACUERDO CE/2006/012 QUE SIRVE COMO BASE PARA EL CÁLCULO DE TOPE DE GASTOS DE PRECAMPANA	TOPE DE GASTOS DE PRECAMPANA ELECCIÓN DE DIPUTADOS 2009 art. 210 párrafo primero 20%
I BALANCÁN	\$964,997.43	\$192,999.49
II CÁRDENAS	\$828,329.58	\$165,665.92
XIX CÁRDENAS PONIENTE	\$868,497.68	\$173,699.54
III CENTLA	\$1,345,941.66	\$269,188.33
IV CENTRO NORTE	\$813,086.43	\$162,617.29
V CENTRO SUR	\$881,390.86	\$176,278.17
XX CENTRO ORIENTE	\$906,052.98	\$181,210.60
XXI CENTRO PONIENTE	\$904,612.98	\$180,922.60
VI COMALCALCO	\$1,648,568.28	\$329,713.66
VII CUNDUACÁN	\$1,020,046.08	\$204,009.22
VIII E. ZAPATA	\$275,429.33	\$55,085.87
IX HUIMANGUILLO	\$2,712,719.91	\$542,543.98
X JALAPA	\$489,516.96	\$97,903.39
XI JALPA DE MÉNDEZ	\$684,715.91	\$136,943.18
XIII MACUSPANA	\$2,517,487.56	\$503,497.51
XIV NACAJUCA	\$688,701.50	\$137,740.30
XV PARAÍSO	\$595,623.91	\$119,124.78
XVI TACOTALPA	\$534,772.77	\$106,954.55
XVII TEAPA	\$569,562.14	\$113,912.43
XVIII TENOSIQUE	\$975,042.71	\$195,008.54

Fuente: Acuerdo del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco CE/2009/022 de fecha 25 de abril de 2009 (Acosta E. G., Acuerdo CE/2009/022, 2009)

4.3. IEPCT

Reforma electoral en Tabasco 2007	Tema
Constitución de Tabasco Art. 9, apartado C. LEET Arts. 129, fracción II; 130; 131, fracción IV; 132 fracción V; del 94 al 101; y del 358 al 364.	<p>Establece la posibilidad de que el IEPC convenga con el IFE, que éste último se encargue de la organización del proceso electoral estatal.</p> <p>Nuevas reglas para el nombramiento de los Consejeros Electorales, entre los que se encuentra el Consejero Presidente a cargo del Congreso del Estado; antes el Consejero Presidente era nombrado por acuerdo entre los Consejeros Estatales, se ratifica el nombramiento por 7 años, sin posibilidad de reelección y se toma el modelo de sustitución escalonada referida en la ley federal. Asimismo, se especifican los procedimientos de selección de los mismos. Para ello, entre los requisitos ahora se establece que comprueben conocimiento en la materia electoral. Se amplían el régimen de responsabilidades hacia la orden penal, civil o patrimonial. Prohíbe al que haya sido Consejero Electoral, Secretario Ejecutivo, de éste último se especificó que su nombramiento será por consenso de las 2 terceras partes de los miembros del Consejo Estatal de una terna propuesta por el Presidente Consejero y Contralor General para ser candidatos o desempeñen puestos públicos en los dos años siguientes al de su retiro. En este mismo apartado, se fijaron las funciones y atribuciones de la Contraloría General, los mecanismos y requisitos para el nombramiento de su titular; así como del titular del recién creado Órgano Técnico de Fiscalización</p> <p>Prevale el mecanismo de sustitución de consejeros de la lista de Suplentes Generales.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en los Decretos 096 (Tabasco Q. L., 2008) y 099 (Tabasco Q. N., 2008)

Dentro de los Artículos Transitorios, sobresalen el ordenamiento para los nombramientos del Contralor General a más tardar el 15 de diciembre del año 2008 y de los 4 Consejeros Electorales que faltaban, toda vez que desde el 27 de febrero del mismo año habían concluido con su periodo los Consejeros Electorales Jesús Manuel Argáez De los Santos, Baby Segura Córdoba y Carlos Aguilar Ruiz. El cuarto Consejero Electoral, Javier Minaya Velueta falleció en esa época.

La titularidad de la Presidencia del Consejo Estatal recayó desde ese 27 de febrero en Enrique Galland Marqués, en los términos legales previstos en el entonces vigente artículo 9, apartado C, fracción I, inciso b) y 36, fracción XIX de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco; lo cual quedó asentado en el Acta de Sesión correspondiente.

La Quincuagésima Novena Legislatura del Congreso del Estado nombró mediante Decreto 166 del día 19 de mayo de 2009, al Contralor General del IEPCT, responsabilidad que asumió la Contadora Pública Certificada, Morayma Romero Herrera; ordenamiento que fue publicado en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco el 25 de marzo de 2009 en el suplemento H. Así quedó conformado en la nueva legislación, el IEPC.

De esto, el Consejo Electoral del IEPCT, aprobó el Acuerdo CE/050/2009, de fecha 29 de junio de 2009, dando forma a la recién constituida Contraloría General, ya que por medio de este documento, se procedió a darle el visto bueno al Plan de Trabajo correspondiente. (Acosta E. G., CE/2009/050, 2009)

4.4. Campañas y Precampañas

Reforma electoral en Tabasco 2007	Tema
<p>Constitución de Tabasco Art. 9, apartado A, fracciones V y VI, 73 y de los Transitorios Art. Quinto y Sexto. LEET Arts. 2 párrafo segundo; del 201 al 215 al 235</p>	<p>Como novedad, se introduce y regula el concepto de Proceso de Selección Interna de Candidatos a Cargos de Elección Popular y el de Precandidato; así como el mecanismo para expresar y dirimir los agravios de los ciudadanos que participasen en los mismos.</p> <p>Una segunda definición y sus procesos que se inserta es el de Precampañas, su duración, los topes de gastos, su fiscalización e informes, así como la facultad al Consejo Estatal del IEPC para expedir acuerdos y reglamentos relativos a este tema.</p> <p>En cuanto a lo que Campañas Electorales, se le definió con mayor precisión, se fijó una nueva duración de las misma, reduciéndose los plazos.</p> <p>De la propaganda electoral, se ordenó el respeto al equipamiento urbano, -la excepción son los espacios a los que en la ley llama locales o de uso común que, previo acuerdo con la autoridad electoral, la administración pública dispusiera para la celebración de actos de campaña o colocación de impresos-, el uso de materiales que protejan al medio ambiente; así como el procedimiento en caso de quejas de los partidos políticos por violentar esta normatividad. Se reguló la difusión de encuestas y sondeos.</p> <p>Se restringió la difusión de publicidad gubernamental durante este periodo.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en los Decretos 096 (Tabasco Q. L., 2008) y 099 (Tabasco Q. N., 2008)

Para la implementación de esta parte del ordenamiento, el Consejo Estatal del IEPC, emitió el Acuerdo CE/042/2009 de fecha 5 de junio de 2009, mediante el cual cambió el periodo del inicio de precampañas electorales. (Acosta E. G., CE/2009/042, 2009)

4.5. Proceso electoral

Reforma electoral en Tabasco 2007	Tema
<p>Constitución de Tabasco Arts. 15 fracciones III, IV y V; 17 y 18; 44 fracciones II y IV; 64 inciso f) Transitorios Quinto y Sexto. LEET Arts. 216 al 223, 236 tercer párrafo; 249; 260; 289 al 302.</p>	<p>En cuanto al Proceso Electoral, se establecieron: De los Actos Preparatorios: Se dejó abierta la posibilidad para que el instituto local celebre convenio con el federal, para que se encargue de la organización del proceso electoral. Se puntualizó sobre los requisitos de elegibilidad de los candidatos, estableciéndose la prohibición para competir como candidatos a que no se hubieren separados de sus cargos definitivamente 90 días naturales antes del inicio del registro de candidatos, en el caso de pertenecer al Ejército o al Cuerpo Policial y de 60 días para los titulares de la Administración Pública en cualquiera de los tres niveles de gobierno y la imposibilidad de participar del que sea el Gobernador. Particularmente, en los funcionarios relacionados con la materia electoral deberán estar retirados con 3 años de anticipación al día de la elección. La residencia efectiva de dos años en el municipio o distrito para lo que quieran competir por una diputación plurinominal. La prohibición para que los diputados perciban ingresos como servidores públicos y los casos en los que procede y se retira el fuero constitucional. Se estableció la obligatoriedad a los observadores electorales para la entrega de los informes del origen, monto y destino de los recursos que emplearon para su actividad ante el recién creado Órgano Técnico de Fiscalización. Se regulan los procesos internos de selección de candidatos, las precampañas y campañas, especificados en el cuadro anterior. En lo que hace al Registro de Candidatos, se impuso la paridad de género, al tazarse en un 40% el límite para inscribir a candidatos de un mismo género. En cuanto al registro de los candidatos, se estableció los tiempos para la inscripción de la reforma electoral; los requisitos para el registro de los candidatos y se facultó para efectuar este trámite a las Juntas Electorales Distritales y Municipales, en el ámbito de sus jurisdicciones. Se indicó la difusión los registros en la página de internet del Instituto. Al igual que en el ordenamiento federal, en la estatal se previó priorizar el estudio de las condiciones geográficas para la instalación de las casillas que garanticen el acceso a éstas. Del material electoral, se dejó en claro el diseño de las boletas electorales para armonizarlas con las disposiciones de las</p>

Coaliciones.

De la Votación:

Se especificó que se acepte el voto del ciudadano que se identifique con la resolución del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Del escrutinio y conteo de los votos:

Se establece el procedimiento de escrutinio y cómputo, que se armoniza con las nuevas disposiciones relativa a la presentación de los emblemas que distinguen a partidos políticos y coaliciones. En los que se incluye quiénes son los sujetos responsables de hacer el conteo, al citar cómo deben operar los escrutadores.

Asimismo, se faculta para que los representantes de los partidos políticos y/o coaliciones voten en la casilla en la que actúan, aunque no estén incluidos en la lista nominal.

Se precisó que el Acta de Escrutinio y Cómputo debe indicar la negativa de firma de parte de los representantes de los partidos políticos y/o coaliciones y que la primera copia es para el Programa de Resultados Preliminares y de igual forma se entrega a los citados representantes.

Cómputos

Se establecen nuevas reglas para los cómputos que realizan los órganos electorales administrativos, en los que se contempló la realización de recuentos totales o parciales de la votación; asimismo, contempla el recuento de votos cuando la diferencia entre primer y segundo lugar sea hasta de un punto porcentual o que el número de votos nulos sea mayor a la diferencia entre los candidatos ubicados en el primer y segundo lugar.

Fuente: Elaboración propia con base en los Decretos 096 (Tabasco Q. L., 2008) y 099 (Tabasco Q. N., 2008)

Caso particular se dio con la expedición del Acuerdo del Consejo Estatal CE/2009/021 de fecha 25 de abril de 2009 con el fin de adecuar los tiempos para la integración de los Consejos Distritales; órganos encargados de la organización de la elección dependiendo de la demarcación en la geografía electoral que componen los municipios de Tabasco. (Acosta E. G., Acuerdo CE/2000/021, 2009)

4.6. El Régimen sancionador electoral

Reforma electoral en Tabasco 2007	Tema
Constitución de Tabasco Art. 9; Apartado D. Sistemas de Impugnación y Transitorio Cuarto. LEET Arts. 308 al 448	<p>Se introduce el concepto de Ley de Medios de Impugnación.</p> <p>Se establecen los sujetos de responsabilidad: Los aspirantes, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular; los ciudadanos, o cualquier persona física o moral; las autoridades o los servidores públicos de cualquiera de los tres niveles de gobierno, órganos autónomos y cualquier otro ente público; los concesionarios y permisionarios de radio o televisión; las organizaciones de ciudadanos que pretendan formar un partido político; las organizaciones sindicales, laborales o patronales, o de cualquier otra agrupación con objeto social diferente a la creación de partidos políticos, así como sus integrantes o dirigentes, en lo relativo a la creación y registro de partidos políticos.</p> <p>Los tipos de infracciones y las amonestaciones que van desde una llamada de atención pública hasta sanciones pecuniarias.</p> <p>Finalmente, se establece el procedimiento para la presentación de quejas y denuncias de los Procedimientos Sancionadores Administrativos, en sus dos categorías, Ordinario y Especial.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en los Decretos 096 (Tabasco Q. L., 2008) y 099 (Tabasco Q. N., 2008)

Para los efectos de este ordenamiento el IEPC procedió a la elaboración del Reglamento de Denuncias y Quejas del IEPC (Acosta E. G., CE/2009/023, 2009) y a la conformación de la Comisión que respondió al mismo nombre, quedando integrada por los consejeros electorales, Rosendo Gómez Piedra, que la presidió y lo acompañaron como integrantes de la misma, sus homólogos, Antonio Ponce López y Gustavo Rodríguez Castro; acto que se celebró el 7 de enero de 2009, quedó asentado en el Acuerdo CE/2009/06.

4.7. Régimen disciplinario

Reforma electoral en Tabasco 2007	Tema
Constitución de Tabasco Art. 9; Apartado D. Sistemas de Impugnación LEET Arts. 349 al 357	<p>Se precisaron regulaciones en cuanto a la actuación de los funcionarios electorales como servidores públicos y sus respectivos procedimientos para la determinación de faltas administrativas.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en los Decretos 096 (Tabasco Q. L., 2008) y 099 (Tabasco Q. N., 2008)

La regulación de los medios de comunicación en México



A propuesta del PRD y de los diputados del Congreso del estado de Tabasco, se promovió en la Suprema Corte de Justicia de la Nación las Acciones de Inconstitucionalidad 2/2009 y 3/2009; que fueron resueltas por el ministro José Jesús Gudiño Pelayo y declaró la invalidez de algunos artículos relativos a la sustitución de candidatos y en cuanto a la aplicación de la fórmula para establecer la representatividad en la Cámara de Diputados.

En atención a lo previsto en el propio decreto, se consideró que el IEPC previera los recursos para la organización del proceso electoral ordinario 2009, al respecto el Consejo Estatal emitió en su primer Acuerdo de ese año, una ampliación presupuestal.

La ampliación fue para el financiamiento público de los partidos políticos por la cantidad de cuarenta y dos millones doscientos veintiocho mil seiscientos cincuenta y cinco pesos con 52 centavos para estar acorde a las reformas de la Constitución Política del Estado libre y Soberano de Tabasco y la Ley Electoral del Estado de Tabasco, a fin de garantizar recursos para los gastos ordinarios, de campaña y actividades específicas. (Acosta E. G., CE/2009/003, 2009)

4.8. La regulación de los medios de comunicación en la legislación tabasqueña

4.8.1. Las reglas para el acceso a la radio y la televisión

En específico sobre el acceso a los medios de comunicación en periodos de precampaña y campaña, se percibe la adopción en el ámbito local de las disposiciones federales como se señala en el siguiente cuadro comparativo; normas vigente hasta 3 meses antes del inicio de las elecciones del año 2009.

TEMA	COFIPE ⁶⁶	Ley Electoral del Estado de Tabasco ⁶⁷
	Queda prohibida la contratación de propaganda electoral en radio y televisión (Art. 49 numerales 3 y 4)	Queda prohibida la contratación de tiempos bajo ninguna modalidad de radio y televisión (Art. 69, 206)
	El IFE es la única autoridad para administrar los tiempos en radio y televisión (Art. 49 párrafo 5)	El IFE es la autoridad única para la administración de tiempos (Art.70)
Acceso a los medios de comunicación en periodos de precampaña y campaña	Para precampañas 12 minutos en cada estación de radio y televisión en la entidad (Art. 64 numeral 1 y 65 numeral 1), los cuales deberán ser traducidos en números de mensajes. Las unidades de medida son 30 segundos, 1 y 2 minutos (Art. 56 numeral 4). Distribución de mensajes 30% igualitario y 70% por resultado en la elección de diputados anterior (art. 56 numeral 1). Las transmisiones son de 6:00 a 24:00 horas (Art. 55 numeral 2)	Para precampañas 12 minutos en cada estación de radio y televisión de la entidad. Distribución de mensajes 30% igualitario y 70% por resultado en la elección de diputados anterior (Art. 75 y 76). El horario de transmisión es de las 6:00 y las 24:00 horas (Art. 81, fracción segunda)
Propaganda electoral en campañas publicitarias	En campañas, serán 18 minutos en cada estación de radio y televisión en la entidad (Art. 64 numeral 1, 66 numeral 1), los cuales deberán ser traducidos a mensajes. Las unidades de medidas son 30 segundos, 1 y 2 minutos (Art. 56 numeral 4). Distribución 30% iguales y 70% conforme a la votación alcanzada en la elección de diputados anterior (Art. 56 numeral 1). Las transmisiones son de 6:00 a 24:00 horas. (Art. 55 numeral2)	En campañas, serán 18 minutos en cada estación de radio y televisión de la entidad. Distribución 30% iguales y 70% conforme a la votación alcanzada en la elección de diputados anterior (Art.78 y 75). Entre las 6:00 y las 24:00 horas (Art. 81, fracción segunda)
	Los gastos de producción de los spots correrán a cargo de los partidos políticos (Art. 69)	Los gastos de producción de los mensajes para radio y televisión de los Partidos Políticos serán sufragados con sus propios recursos (Art. 80, párrafo segundo).

Fuente: Elaboración propia con datos de la LEET y el COFIPE.

Con esta normatividad que resultó ser una transcripción de la Sexta Sección de la Ley Orgánica 5/1985 del Régimen General Electoral español, titulado Utilización de Medios de Comunicación para la Campaña Electoral (Ley Orgánica del Régimen

⁶⁶ Reforma Publicada en el Diario Oficial 14 de enero de 2008

⁶⁷ Reforma publicada en el Periódico Oficial el 8 de noviembre de 2008 suplemento 69053 del Periódico Oficial del Estado el Decreto 096

Electoral General, 1985), el 15 de marzo del año 2009 se dio por iniciado el proceso electoral ordinario en Tabasco, elecciones en las que se renovó el Congreso del Estado y los Ayuntamientos que administran a 17 municipios.

El 9 de diciembre de 2008 se publicó el Decreto número 125 publicado en el Periódico Oficial del Estado número 6916 suplemento Q, la Quincuagésima Novena Legislatura del Congreso del Estado de Tabasco eligió como Consejeros Electorales propietarios a Antonio Ponce López, Elidé Moreno Cáliz, Gustavo Rodríguez Castro y Rosendo Gómez Piedra. Los tres primeros al integrarse en sus funciones conformaron la Comisión de Radio y Televisión⁶⁸ del IEPC, el 7 de enero de 2009, presidiéndola, Elidé Moreno Cáliz. (Acosta E. G., CE/2009/003, 2009)

La Comisión de Radio y Televisión, en el ejercicio de sus funciones y atribuciones, diseñó y ejecutó, un programa de Comunicación Política, que se basó en el Plan de Medios Programa para la promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible en el Proceso Electoral Ordinario 2009; así como las prohibiciones establecidas en la Ley para la Propaganda Gubernamental y la Metodología para la realización del monitoreo de transmisiones de radio y televisión local y prensa que difundan noticias de los precandidatos y

⁶⁸ Ley Electoral del Estado de Tabasco. Congreso del Estado de Tabasco. Última reforma aprobada mediante Decreto 107 de fecha 27 de julio de 2011, publicado en el Periódico Oficial del Estado número 28266 Suplemento 7190 F. De fecha 03 de agosto de 2011. CAPÍTULO SEGUNDO. DEL ACCESO A LA RADIO Y TELEVISIÓN. ARTÍCULO 83. Para asegurar a los Partidos Políticos la debida participación en la materia, se constituye la Comisión de Radio y Televisión del Consejo Estatal, conforme a lo siguiente: I. La Comisión será responsable de conocer, calificar y proponer para su aprobación al Instituto Federal Electoral las pautas de transmisión correspondientes a programas y mensajes de los Partidos Políticos, formuladas por el área competente del Instituto Estatal, así como los demás asuntos que en la materia conciernen en forma directa a los propios partidos. El Consejo Estatal podrá atraer a su competencia los asuntos en esta materia que por su importancia así lo requieran; II. La Comisión se reunirá de manera ordinaria una vez al mes, y de manera extraordinaria cuando lo convoque el consejero electoral que lo presida, o a solicitud que a este último presenten, los Partidos Políticos; III. La Comisión se integra por: a) Tres consejeros electorales, que serán designados por el Consejo Estatal; b) El Secretario Ejecutivo, que actuará como su secretario técnico; en sus ausencias será suplido por quien designe de entre los Directores del Instituto Estatal; y c) Un representante propietario y su suplente, designados por cada Partido Político. IV. La Comisión será presidida por el Consejero Electoral que designe el Consejo Estatal; V. Las decisiones de la Comisión se tomarán por mayoría de sus integrantes. En caso de votación solamente ejercerán el derecho a voto los tres consejeros electorales; y VI. Los acuerdos adoptados por la Comisión solamente podrán ser impugnados por los representantes de los Partidos Políticos ante el Consejo Estatal.

candidatos de los partidos políticos durante el periodo de precampañas electorales y campañas electorales del proceso electoral ordinario 2009, relativo al artículo 84, párrafo tercero de la Ley Electoral del Estado de Tabasco.

Los Acuerdos de la Comisión de Radio y Televisión fueron puestos a consideración del Consejo Estatal del IEPC en Sesión Ordinaria celebrada el 15 de junio de 2009, mismos que fueron votados y aceptados por unanimidad y se procedió a su publicación correspondiente en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco,

4.8.1.1 El Plan de Medios

Con fundamento en el Artículo 123 de La Ley Electoral del Estado de Tabasco, el cual señala que la finalidad del Instituto es contribuir al desarrollo de la vida pública y democrática, así como asegurar a los ciudadanos el ejercicio de derechos políticos electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones, se presentó el Plan de Medios.

Los medios de comunicación seleccionados para la difusión del mensaje del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco son: medios impresos de circulación diaria local, espectaculares, perifoneo, spots en cines, lonas, vallas móviles, pantallas electrónicas, banner-display y half banner (Internet), de igual forma el mensaje es transmitido en Radio y Televisión mediante el uso de los tiempos de estado.

El presupuesto aprobado en Sesión Ordinaria del Consejo Estatal mediante acuerdo CE/2009/048 data de \$ 5, 322,417.15. El presupuesto se distribuyó de la siguiente manera:

Medios	Tarifa 2009
Radio y Televisión	Uso de los tiempos oficiales autorizados por el IFE
Periódicos locales	\$2,031,225.25
Perifoneo en Villahermosa, Mercados	\$19,320.00
Perifoneo en Municipios	\$28,152.00
Pantalla Electrónica	\$93,840.00
Spots de cines	\$133,630.00
	\$331,200.00
	\$524,400.00
Parabuses	\$800,400.00
Banner	\$47,093.00
Lona Front	\$34,500.00
Half Banner Box ad Login	\$514,280.00
Espectaculares	\$726,369.40
Vallas móviles	\$38,007.50
TOTAL	\$5'322,417.10

Fuente: Elaboración propia con los datos del Acuerdo CE/2009/048 de fecha 15 de junio de 2009. (Acosta E. G., Anexo del Acuerdo CE/2009/048, 2009)

El Plan de Medios, en los que para su elaboración se hizo un estudio del mercado de medios y de la audiencia para determinar los mensajes que cumplieran el propósito de la difusión de las etapas del proceso electoral y la invitación a los ciudadanos que participasen como funcionarios de casillas, observadores electorales y la emisión del voto; es el primer documento en ser avalado por la autoridad y ser publicitado en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco; que es referente en la tendencia a la regulación de la Publicidad Gubernamental local.

Por primera vez en la organización de los procesos electorales en Tabasco, el documento técnico comprendió una programación y calendarización de cada uno de los medios de comunicación propuestos para emplear en la campaña publicitaria del IEPC, lo que cumplió con los principios rectores previstos en la normatividad electoral para ejercicio del presupuesto público.

4.8.1.2. Programa para la promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Universal, Directo, Personal e Intransferible en el Proceso Electoral Ordinario 2009; así como las prohibiciones establecidas en la Ley para la Propaganda Gubernamental.

Bajo el lineamiento aprobado en el acuerdo CE/2009/045 celebrada en Sesión Ordinaria del Consejo Estatal se realizaron las reuniones informativas en los diferentes medios de comunicación, tocando el tema del acceso a los medios de comunicación en periodo de precampaña y campañas electorales como: 10 periódicos (84 asistentes) 4 estaciones de radio (25 asistentes) 3 televisoras (20 asistentes); otros medios (17 asistentes). Haciendo un total de 146 personas que recibieron las pláticas.

Con la finalidad de sensibilizar, fomentar y establecer la Participación Ciudadana en los responsables de las oficinas de comunicación de los tres niveles de gobierno. Se invitaron a sus representantes de 17 municipios de los H. Ayuntamientos (134 asistentes) 4 secretarías de Gobierno Federal (33 asistentes) 1 secretaría de Gobierno Estatal (30 asistentes). Haciendo un total de 197 asistentes, sobre la observancia de la Ley Electoral del Estado de Tabasco en Materia de Suspensión de la Difusión en los Medios de Comunicación Social de toda Propaganda Gubernamental, realizando pláticas informativas referente a su función en ese Proceso Electoral Ordinario 2009.

4.8.1.3. Metodología para el Monitoreo

La metodología que se propuso fue la investigación no experimental por ser sistemática (como lo es la grabación y extracción de notas informativas) y empírica (obedece al ejercicio del periodismo) y se observan en su contexto natural (la cobertura informativa- en un evento (el proceso electoral ordinario 2009) en punto del tiempo (las precampañas y campañas electorales).

Los diseños transversales descriptivos buscan la incidencia (cuánto tiempo y/o espacio, en segundos y centímetros cuadrados) de una variable (en notas informativas que se emplearon para la presentación de propuestas de los precandidatos y candidatos) en los medios de comunicación (programas que difunden o publican noticias, en el caso de los periódicos, que constituyen la cobertura informativa) en una población.

La regulación de los medios de comunicación en México



Lo anterior para cuidar el bien tutelado en los artículos 77, 84, 202 párrafo tercero inciso c) y 224 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco. De este ejercicio, deriva el informe del Monitoreo de Medios en el que se muestran de manera cuantitativa los tiempos en radio y televisión y el espacio en periódicos que se dedicó a la cobertura informativa de precandidatos y candidatos. El Acuerdo que asentó lo anterior fue el CE/2009/045 aprobado en la Sesión de Consejo Estatal del IEPC de fecha 15 de junio de 2009. (Acosta E. G., Metodología para la Realización del Monitoreo, 2009)

A. Distribución de mensajes en precampaña y campañas electorales

Distribución de los mensajes de Precampaña para el Proceso Electoral Ordinario 2009 con 8 partidos políticos (30 días de Campaña, 12 minutos diarios en Radio y Televisión, Art.76) (Acosta E. G., CE/2009/030, 2009)

Partido	Spots
PAN	70 spots
PRI	258 spots
PRD	234 spots
PT	39spots
PVEM	35 spots
Convergencia	27 spots
Partido Nueva Alianza	27 spots
PSD	27 spots
Total	717 spots

Distribución de los mensajes de Campaña para el Proceso Electoral Ordinario 2009 con 5 partidos y 1 Alianza. (41 días de Campaña, 18 minutos diarios en Radio y Televisión Art. 78)

Partido	Spots
PAN	163 spots
PRD	500 spots
Coalición Primero Tabasco	74 spots
PRI	474 spots
PVEM	90 spots
PT	99 spots
Convergencia	74 spots
Total	1474 spots

La distribución se efectúa con base a la regla aritmética ya descrita en el inicio de este apartado con el auxilio del IFE como autoridad única facultada para la asignación de los tiempos en radio y televisión.

4.9 La Reforma electoral 2010 en Tabasco

El 27 de julio de 2011 en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco número 28266 suplemento 7190 F de fecha 3 de agosto del mismo año se publicó el Decreto 107 en el que se dio a conocer la última reforma electoral, que en entre otros cambios, hizo que las elecciones locales se convirtieran en concurrentes con la federal, estableciéndose como el día de la jornada electoral el primer domingo del mes de julio. La elección se celebró el 1 de julio de 2012, conforme al artículo 29 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco. Las reformas se encuadran de la siguiente manera:

Artículos Reforma 2010	Tema
Art. 7 fracción II.	Acreditación de observadores electorales
Art. 19	Procedimiento para el establecimiento de la geografía electoral.
Art. 21, 22, 23, 24 y 25	Procedimiento para la asignación de diputaciones por el principio de representación proporcional (plurinominales)
Art. 29	Elección concurrente con la federal
Art. 34	Sobre el registro de candidatos
Arts. 90 fracción III 91, fracción I,; 98 fracción I a); fracción III b);	Límites de las aportaciones económicas que pueden recibir los precandidatos, los candidatos y los partidos políticos; estos últimos no excederán el 10 por ciento anual sobre el tope de gasto de campañas. Sobre la presentación de los informes de los gastos de los partidos políticos
Arts. 133, 200, 200 párrafo tercero; 202 párrafo tercero incisos a), b) c), 210; 218 y 219; 232 párrafo tercero; 233fracciones I, II y III; 237 y 239; 242, 245 y 247, fracción VIII; 266 fracción; párrafo segundo, incisos del c) al e) y párrafo tercero.	Cambio de fecha para el inicio del proceso electoral. 25 de noviembre del año previo a la elección; así como del periodo en que debe concluir. Fecha de la Jornada Electoral. Fechas para la precampañas. Fecha para la determinación de los topes de gastos de precampaña. Procedimiento sobre el registro de candidatos. Procedimiento para el sorteo de los lugares de uso común propiedad de los Ayuntamientos y del Gobierno del estado para la colocación de la Propaganda electoral. Temporalidad de las Campañas electorales. Procedimiento para la integración y la ubicación de las mesas directivas de casillas. Del registro y formatos para la acreditación de representantes de los partidos políticos en las casillas. Procedimiento para la identificación del elector en las casillas.
Arts. 137,	Se establece fecha para la elección de los integrantes de los

fracción VI; XXVI; 151, 161 Consejos Electorales Distritales y Municipales. Fecha para el inicio de Sesiones de los Consejos Distritales y Municipales. Expedición de los Reglamentos de Consejos y Comisiones.

Fuente: Elaboración propia con base en el Compendio Electoral de Tabasco 2012

El artículo Tercero Transitorio ordenó: “El Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, deberá realizar las modificaciones a sus reglamentos y los trámites administrativos necesarios, incluyendo las previsiones presupuestales correspondientes a fin de llevar a cabo las acciones que se requiera para dar cumplimiento en tiempo y forma a las normas contenidas en el presente decreto”. (Tabasco S. L., 2011)

Para dar cumplimiento a este mandato y armonizarlo con la reciente reforma, el Consejo Estatal del IEPC aprobó el Acuerdo CE/2011/009 de fecha 31 de octubre de 2011 por medio del cual autorizó el financiamiento público a los partidos políticos por el orden de los 90 millones 135 mil 258 pesos con 94 centavos. (Acosta A. C., 2011) Esto integrado en el Presupuesto General para la organización del proceso electoral ordinario 2011-2012 que fue de 450 millones de pesos con 94 centavos. Acuerdo CE/2011/014 de fecha 23 de noviembre de 2011.

Las nuevas indicaciones para la acreditación de los observadores electorales quedaron asentadas en los Acuerdos del Consejo Estatal del IEPC identificados como CE/2011/011 de fecha 16 de noviembre de 2011 y se materializó en la aceptación de mil 998 ciudadanos que solicitaron su registro, un crecimiento superior al cien por ciento con la elección inmediata anterior; mismos que quedaron asentados en los Acuerdos CE/2012/051 de fecha 29 de mayo de 2012; CE/2012/057 de fecha 18 de junio de 2012 y CE/2012/061 de fecha 27 de junio de 2012.

En cuanto al procedimiento para la división del ámbito territorial; así como la asignación del número de diputados de representación proporcional, quedó asentado en los Acuerdos CE/2011/010 de fecha 16 de noviembre de 2011 y CE/2011/013 de fecha 23 de noviembre de 2011.

Para desahogar el tema de la elección concurrente, el Consejo Estatal del IEPC dio el visto bueno al convenio de colaboración entre órgano electoral y el IFE en el Acuerdo CE/2011/018 de fecha 14 de diciembre de 2011.

En materia de rendición de cuentas de los partidos políticos sobre el manejo de sus recursos, el Consejo Estatal aprobó el Reglamento de Fiscalización propuesto por el Órgano Técnico de Fiscalización, figura que se instauró en la Reforma 2007. Lo anterior, se previó en el Acuerdo CE/2011/017 de fecha 14 de diciembre de 2011.

El resto de los temas relativos a la parte de organización del proceso electoral, igual quedaron definidos en los Acuerdos promovidos por el Consejo Estatal como en el caso de la propuesta y nombramiento de los integrantes de los Consejos Electorales Distritales y Municipales y la determinación del tope de gastos de precampaña, estimado en 4 millones 131 mil 674 pesos con 53 centavos. Acuerdo CE/019/2011 de fecha 14 de diciembre de 2011.

Entre estos se encuentran también los Acuerdos CE/2012 del número 003 al 006 de fecha 31 de agosto de 2011 en donde se constituyen como permanentes las Comisiones del Servicio Profesional Electoral, de Organización y Capacitación Electoral, de Radio y Televisión y de Denuncias y Quejas.

Finalmente, la sentencia de la Suprema Corte de Justicia de la Nación de fecha 20 de octubre de 2011 a razón de la Acción de Inconstitucionalidad identificada con el número 24/2011; dejó sin efectos las reformas a los artículos 78, 93, último párrafo, 225 a), b) y c) del primer párrafo.

El Régimen Sancionador Electoral en la que se prevé los actos que constituyen faltas administrativas electorales, los sujetos responsables y se establecen las sanciones permaneció intocado; por lo que prevalecieron las reglas para la presentación de los Procedimientos Administrativos Sancionadores; lo mismo aconteció con la Ley de Medios de Impugnación en Materia Electoral en Tabasco.

En ese contexto, en el que prevaleció la regulación de los medios de comunicación adoptada en la Reforma Electoral 2007 se organizó el proceso electoral ordinario 2011-2012 para elegir Gobernador del estado de Tabasco.

4.9.1. La regulación de los medios de comunicación en la Reforma Electoral 2010 en Tabasco

En materia de regulación de medios de comunicación se modificaron los artículos 76 y 77 en los que se estableció la facultad al IEPC en cuanto garantizar el acceso y distribución entre los partidos políticos tiempos de radio y televisión; así como vigilar que las transmisiones de los partidos políticos en radio y televisión se mantengan dentro de la legalidad. (Tabasco S. L., 2011)

El artículo 135 confirmó el carácter de permanente de la Comisión de Radio y Televisión del IEPC y le otorgó esta categoría a las Comisiones de Organización y Capacitación Electoral, del Servicio Profesional Electoral y Denuncias y Quejas; esta última ligada a la primera debido a que ahí se ventilan los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se presenten, entre éstos, los originados por la regulación de los medios de comunicación.

La Comisión de Radio y Televisión como órgano permanente del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para auxiliarlo en el cumplimiento de sus atribuciones en materia de acceso a la radio y televisión, en términos de las disposiciones aplicables por la Ley Electoral del Estado de Tabasco y de los acuerdos que dicte el órgano en comento en el proceso electoral ordinario 2011-2012, desde su constitución con este fin el 31 de agosto de 2011 hasta el cierre el 13 de diciembre del mismo año, ejecutó los proyectos para dar cumplimiento a la regulación de los medios de comunicación.

Del informe de actividades de la Presidencia de la Comisión, presentado en Sesión Ordinaria de fecha 13 de diciembre de 2012, se desprende las siguientes transcripciones; documento que fue diseñado por la investigadora.

Las líneas de acción fueron en dos sentidos: el Uso de los Tiempos Oficiales en Radio y Televisión; rubro en entre los que se ubicó: la Distribución de Tiempos en los periodos de Precampaña y Campaña con sus respectivos monitoreos a cargo del IFE; así como de los propios por realizados por la Comisión pero en atención al artículo 84 parte in fine de la Ley Electoral del Estado de Tabasco.

La segunda, consistió en el Proyecto dirigido a la Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Directo, Universal, Personal e Intransferible 2011-2012. De ambos, se dio informes durante el desarrollo de las sesiones permanentes y de las que se hace este breviarío.

4.9.1.1. Sesiones

La Comisión de Radio y Televisión como órgano auxiliar permanente del Consejo Estatal del Instituto Electoral para garantizar el acceso a la radio y la televisión como prerrogativas de los partidos políticos; así como para la difusión de los fines del Instituto y en lo particular para la Promoción de la Participación Ciudadana y del Voto Libre, Secreto, Directo, Universal, Personal e Intransferible, durante el proceso electoral ordinario 2011-2012 inició sus actividades el 31 de agosto de 2011 como se corrobora con el Acuerdo de Consejo CE/2011/005 cuando se declaró su constitución de manera permanente.

Entre los numerales del Acuerdo, se especificó su integración, entre los que se encontraban los Consejeros Electorales: Elidé Moreno Cáliz, Alfonso Castillo Suárez y Antonio Ponce López, recayendo la titularidad de la Presidencia en el primero de los nombrados; asimismo, se enunció su carácter permanente para el Proceso Electoral Ordinario 2011-2012 para que “auxiliará al Consejo Estatal en el cumplimiento de sus atribuciones que le compete relativo al acceso a la radio y televisión, en términos de las disposiciones aplicables por la Ley Electoral del Estado de Tabasco y de los acuerdos que dicte el órgano superior de dirección del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco”. (Tabasco S. L., 2011)

De igual forma, se estipuló que el Secretario Técnico sería conforme al artículo 83 de la norma en la materia, el Secretario Ejecutivo, y su presencia sería suplida en los casos en los que así se presentaran, por el Director de Organización y Capacitación Electoral.

Tras la emisión del Acuerdo se iniciaron los trabajos preparatorios, en particular a lo dispuesto en el Consejo en cuanto a la elaboración de un Plan de Trabajo, entrega de informes y la celebración de sesiones. En ese contexto, se ilustran las acciones con el siguiente cuadro:

SESIONES		
Fecha	Sesión	Acuerdos, Proyectos y/o Informes
31 de octubre de 2011	Ordinaria	Presentación del Calendario de Actividades e Informes
8 de noviembre de 2011	Extraordinaria	Sorteo para establecer la prelación con la que han de aparecer en los tiempos
29 de noviembre de 2011	Ordinaria	Informe de Actividades
28 de diciembre de 2011	Ordinaria	Propuesta de Distribución de Tiempos para la Precampaña e Informe
16 de enero de 2012	Extraordinaria	Tiempos de Campaña
28 de febrero de 2012	Ordinaria	Informe
26 de marzo de 2012	Extraordinaria	Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Directo, Universal, Personal e Intransferible 2012
31 de marzo de 2012	Ordinaria	Informe
30 de abril de 2012	Ordinaria	Metodología para la presentación de los informes del Monitoreo
8 de mayo de 2012	Extraordinaria	Informe de Precampañas
29 de mayo de 2012	Ordinaria	Informes
20 de junio de 2012	Ordinaria	Informes
12 de julio de 2012	Ordinaria	Informes
20 de agosto de 2012	Ordinaria	Informes
27 de septiembre de 2012	Ordinaria	Plan de Trabajo para el periodo ordinario 2012-2013
29 de octubre de 2012	Ordinaria	Informes
30 de noviembre de 2012	Ordinaria	Informes
13 de diciembre de 2012	Extraordinaria	Informe Final y Cierre de Actividades relativas al proceso electoral ordinario 2011-2012

Fuente: Elaboración propia.

4.9.1.2. Uso de los tiempos de radio y televisión

Cabe precisar que como actos preparatorios se consideró la presentación del Calendario de Actividades de fecha 31 de octubre referido en el cuadro anterior en cumplimiento con lo dispuesto en el Acuerdo CE/2011/005 y el segundo acto estuvo vinculado con la Sesión Extraordinaria celebrada el día 08 de noviembre de 2011, la

Comisión de Radio y Televisión del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco llevó a cabo a través de un sorteo público el orden que los Partidos Políticos ocuparán en el modelo de pauta que se utilizará para disponer de los tiempos oficiales. El orden que resultó del sorteo en que serán transmitidos los spots de radio y televisión de los Partidos Políticos fueron: PVEM, Movimiento Ciudadano, PRI, PT, PRD, Nueva Alianza y PAN.

En materia de acceso a la radio y la televisión como prerrogativas de los partidos políticos realizó en coordinación con la autoridad responsable en la materia el IFE, los trámites correspondientes para la asignación de los tiempos en estos medios que se estipuló en el Acuerdo del Consejo Estatal CE/2011/022 en Sesión Ordinaria de fecha 30 de diciembre del 2011, cuando a propuesta de la CRyT se aprobó la distribución de tiempos en radio y televisión para las precampañas electorales. La distribución de los espacios citados quedó a como se ejemplifica en el cuadro siguiente, que es el anexo del citado Acuerdo.

Partido o Coalición	DURACIÓN: 1 días TOTAL DE PROMOCIONALES DE 30 SEGUNDOS EN CADA ESTACIÓN DE RADIO O CANAL DE TELEVISIÓN: 14					Promocionales que le corresponde a cada partido político (A + C)	Promocionales aplicando la cláusula de maximización
	4.2 promocionales (30%) Se distribuyen de manera igualitaria entre el número de partidos contendientes (A)	Fracciones de promocionales sobrantes del 30% igualitario	Porcentaje correspondiente al 70% (resultados de la última Elección de Diputados Locales)	9.8 promocionales (70% Distribución Proporcional) % Fuerza Electoral de los partidos con Representación en el Congreso (C)	Fracciones de promocionales sobrantes del 70% proporcional		
PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL	0	0.5714	46.7068	4	0.2036	4	5
PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	0	0.5714	8.4990	0	0.7649	0	1
PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA	0	0.5714	38.0877	3	0.4279	3	4
PARTIDO DEL TRABAJO	0	0.5714	4.5493	0	0.4094	0	1
PARTIDO VERDE ECOLÓGISTA DE MÉXICO	0	0.5714	2.1572	0	0.1941	0	1
PARTIDO NUEVA ALIANZA	0	0.5714	0.0000	0	0.0000	0	1
MOVIMIENTO CIUDADANO	0	0.5714	0.0000	0	0.0000	0	1
TOTAL	0	4.00	100.00	7	2.00	7	14

En cuanto a los tiempos de campaña electoral, y en atención a los Criterios para la asignación y distribución de tiempos en radio y televisión aplicable a los Procesos Electorales Locales con Jornada Electoral coincidente con la Federal, aprobados por el Comité de Radio y Televisión del IFE en el Acuerdo ACR/025/2011 y remitidos a esta Comisión en Sesión Ordinaria de fecha 31 de enero de 2012, aprobó el Acuerdo CE/2012/005, en el que se cumplió con esta normativa, quedando la distribución en un pautado vertical, asignándose un espacio publicitario por autoridad y por partido político.

4.9.1.3. Monitoreos

Con este tema, se encuentra relacionado la cuestión del seguimiento de los medios de comunicación mediante el Monitoreo. Para tal efecto en Sesión Ordinaria del Consejo Estatal mediante Acuerdo CE/2012/006 de fecha 31 de enero de 2012, se aprobó a propuesta de esta Comisión: Los lineamientos para la realización de monitoreo en los programas de radio y televisión que difundan noticias y medios impresos de los precandidatos, candidatos, partidos políticos y coaliciones durante el periodo de precampañas y campañas electorales para el proceso electoral ordinario 2011-2012, conforme al artículo 84 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco.

Posteriormente la Comisión en Sesión Ordinaria de fecha 30 de abril del año 2012, hizo lo propio al presentar la Metodología para la presentación de los informes de los monitoreos. Los resultados del monitoreo reflejaron un tratamiento a favorecer la equidad en las coberturas informativas de los candidatos de los partidos políticos en ese proceso electoral.

4.9.1.4. Promoción de la Participación ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Directo, Universal, Personal e Intransferible

La Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto Libre, Secreto, Directo, Universal, Personal e Intransferible para el Proceso Electoral Ordinario que celebró el 1 de julio de 2012, tuvo su origen en la Sesión Extraordinaria de fecha 26 de marzo de 2012 al acordarse el documento rector que se puso a consideración del Consejo

Estatad en la Sesión Ordinaria de fecha 27 de marzo de 2012 y fue aprobado mediante el Acuerdo CE/2012/029 y su anexo.

El anexo mencionado lo conformaron un documento que expresaron 14 proyectos realizados del 28 de marzo al 30 de junio de 2012, el cual tuvo como marco teórico la Construcción de la Ciudadanía y la Calidad de la Democracia, en un esfuerzo por dotar a los procesos electorales de Tabasco de indicadores internacionales vigentes, promovidos por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo y la Red Internacional de Conocimiento Electoral.

En los que también se adoptaron criterios de Comunicación y valores universales impulsados por pensadores como Victoria Camps en materia de Ética; y que asumimos como nuestros: la ética pública, la ética institucional y la ética democrática.

Como aconteció en la elección del año 2009 a propuesta de la Comisión de Radio y Televisión, el Consejo Estatal el 28 de marzo de 2012 aprobó el Acuerdo el Acuerdo CE/2012/029 de fecha 27 de marzo de 2012, en donde se reglamentó el uso de los recursos para ejercer en los medios de comunicación como parte de la descrita promoción del voto, a como se señala en el siguiente cuadro. Por segunda ocasión, se observaron criterios para la adopción de la Publicidad Gubernamental.

Servicio	Tarifa 2012	Tarifa 2009
Radio y Televisión	Uso oficial	Uso oficial
Periódicos locales	\$2,640,592.70	\$2,031,225.25
Perifoneo en Villahermosa, Mercados	\$25,116	\$19,320.00
Perifoneo en Municipios	\$36,597.60	\$28,152.00
Pantalla Electrónica	\$121,992.00	\$93,840.00
Spots de cines	\$173,719.00	\$133,630.00
	\$430,560.00	\$331,200.00
	\$681,720.00	\$524,400.00
Parabuses	\$1'040,520.00	\$800,400.00
Banner	\$61,220.90	\$47,093.00
Lona Front	\$44,850.00	\$34,500.00
Half Banner Box ad Login	\$668,564.00	\$514,280.00
Espectaculares	\$944,280.22	\$726,369.40
Vallas móviles	\$49,409.60	\$38,007.50
TOTAL	\$6,919,142.22	\$5'322,417.10

Fuente: Elaboración propia.

Como parte de este mismo proyecto dentro del periodo del 18 de abril al 14 de junio se realizaron 31 reuniones informativas, en las que participaron 10 mil estudiantes, mil 988 observadores electorales, 500 funcionarios federales y estatales, 50 Delegados Federales, 50 Jefes de Comunicación Social, 200 Funcionarios del Poder Judicial estatal y 17 Presidentes Municipales.

Particularmente, a los funcionarios se les abordó el tema de la suspensión de la difusión de la obra pública en el periodo que comprende desde las precampañas hasta la jornada electoral. Con esta regulación se llevó a cabo el proceso electoral ordinario 2011-2012.

En el escenario de la celebración del citado proceso cabe destacar, que a pesar de carecer de una regulación específica en el estado de Tabasco, en una interpretación armónica de la ley a la que se recurrió a los tratados internacionales en derechos humanos; de la ley federal y la estatal, para que el Consejo Estatal en sesión extraordinaria como único punto acordó por unanimidad la celebración del Debate entre los candidatos a gobernador como parte del modelo de comunicación política que se estableció en la norma federal⁶⁹.

4.9.2. La reflexión 2013: El Acuerdo Político por Tabasco

De igual forma que en el estadio nacional, en Tabasco se reprodujo la convergencia de fuerzas políticas en lo que se llamó el Acuerdo Político por Tabasco. En el documento que se suscribió el 11 de febrero de 2013, se establece en qué consistirá la siguiente reforma en materia electoral.

Reformas a la legislación secundaria en materia política y Electoral
Ley Electoral del Estado de Tabasco (Coaliciones parciales. Propaganda electoral. Requisitos para registro de listas regionales de diputados por

⁶⁹ Cfr. Acuerdo que emite el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, mediante el cual emite las bases, lineamientos y criterios orientadores para la celebración del debate solicitado por los candidatos a gobernador del estado libre y soberano de Tabasco, para el proceso electoral ordinario 2011-2012, consensado por los referidos candidatos. Disponible en

[http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20120615_0EX0300_000055_\(001431_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20120615_0EX0300_000055_(001431_1).pdf)

Consultado el 11 de agosto de 2015

representación proporcional. Revisión del umbral para conservar registro y acceder a financiamiento público por parte de los partidos políticos, en concordancia con la legislación federal, entre otros temas).

Ley del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral

Ley de Participación Ciudadana

Ley Estatal de Comunicación Social, Reglamentaria del artículo 134 de la Constitución (nueva ley)

Ley Orgánica del Poder Ejecutivo

Ley Orgánica del Poder Legislativo (incluyendo el Centro de Estudios Económicos del Congreso del Estado) y Reglamento Interior del Congreso

Ley de Procedimientos Legislativos (nueva ley)

Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Tabasco (incluyendo los criterios de proporcionalidad en los cabildos, la municipalización de los fraccionamientos y la modernización necesaria). (Jiménez, 2013)

Entre los temas a abordar se encuentra la Propaganda Electoral conforme a lo expresado actualmente se refiere al conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que en todo momento deberán ser respetuosas, que durante la campaña electoral producen y difunden los Partidos Políticos, Coaliciones, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el interés de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas. Deberán propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones establecidos por los Partidos Políticos en sus documentos básicos y particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión, hubieren registrado (Artículo 224 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco).

Sin embargo, falta por establecer qué aspectos son los que se pretenden reformar y cuál sería su alcance en la vigente regulación de los medios de comunicación.

4.10. La reforma electoral en México 2014

La Reforma Política Electoral 2014 consistió en modificaciones, adhesiones y modificaciones a una serie de articulados de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 10 de febrero del año 2014; así como su reglamentación en las Leyes Secundarias que derivaron en la derogación del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales –que estuvo vigente desde 1997 y la referida reforma electoral de 2007- y su sustitución por la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, LEGIPE, por sus iniciales, la creación de la Ley General de Partidos Políticos, la adecuación de la Ley del Sistema General de Impugnaciones y la creación de la Ley General de Delitos Electorales. Conocida mediáticamente como la Ley Peña Nieto.

4.10.1. La iniciativa y el proceso legislativo

Con base en el documental audiovisual presentado por el propio Congreso de la Unión en su portal de internet denominado “Conoce al detalle: la Reforma Político Electoral⁷⁰”, se resume la línea de tiempo en cuanto al origen y el procedimiento legislativo para la concretar la mencionada Reforma; producto de los Acuerdos del Pacto por México.

El 23 de septiembre de 2013, el dirigente nacional del Partido de la Revolución Democrática, Jesús Zambrano Grijalva, al día siguiente, el líder del Senado de la República, proveniente del Partido Acción Nacional; ambos representantes de las fuerzas opositoras en el país, emitieron sendos mensajes en los que solicitaron aprobar las reformas propuestas, entre las que consideraron existían temas relevantes para la democracia mexicana como: la creación del INE⁷¹, facultar al Congreso de la Unión para expedir la Ley General de Partidos Políticos; la regulación del voto de los mexicanos en el extranjero, acentuar la paridad de género en el acceso a candidaturas para puestos de elección popular y la reelección legislativa y de alcaldes. Ambos actores políticos, presentaron los paquetes de reforma para su discusión, análisis y aprobación.

Las propuestas, 56 en total, fueron remitidas a las Comisiones de Gobernación, Reforma del Estado y Estudios Legislativos 1 y 2; las cuales, luego de 7 horas de debate al interior el 2 de diciembre de 2013, quedaron listas para su lectura al día siguiente; el planteamiento estuvo a cargo de los presidentes de la mencionadas Comisiones, los senadores Enrique Burgos García, María Cristina Salazar Díaz, Miguel Ángel Chico Herrera y Raúl García Guzmán; respectivamente; los tres primeros legisladores del PRI y el último del PAN.

⁷⁰ Cfr. Documental audiovisual “Conoce al detalle: Reforma Político Electoral”; consultado el 14 de mayo de 2014 en la dirección electrónica: <http://www.canaldelcongreso.gob.mx/>

⁷¹ El Instituto Nacional Electoral quedó constituido el 4 de abril de 2014 con el nombramiento de los Consejeros Generales.

Con oradores a favor y en contra se desarrollaron alrededor de 10 horas de debate. Los argumentos a favor presentados principalmente por los partidos del Pacto por México; las tres principales fuerzas políticas del país, PRI, PAN y PRD; explicaron de las bondades de la propuesta de reforma como en materia política dotar de autonomía al Consejo Nacional de Evaluación de la Política y la Procuraduría General de Justicia, la obligatoriedad de presentar ante el Senado en el segundo año de función legislativa la Estrategia Nacional de Seguridad Pública por parte del presidente de la República y el establecimiento de la procedencia de juicio político a Senadores, Diputados, Ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, Consejeros de la Judicatura federal, Jefe del Gobierno del Distrito Federal y encargados de despacho de dependencias de la administración pública.

Así como la ratificación de parte de la Cámara de Diputados del nombramiento del Secretario de Hacienda y Crédito Público y la posibilidad que el Poder Ejecutivo federal integre gobiernos de coalición.

De parte de los senadores discordes con la iniciativa, observaron que la iniciativa estaba incompleta porque se dejaron al margen temas como el referéndum, la consulta popular, la revocación de mandato, la regulación de la publicidad gubernamental, particularmente, el senador del Partido del Trabajo, Manuel Bartlett Bautista, aseguró que el pase de la reforma electoral obedecía a una negociación, de esta ley por la de la reforma energética.

En lo relativo a la materia electoral, se ponderó entre otros temas, la reelección legislativa de Senadores y presidentes municipales hasta por dos periodos consecutivos y de hasta cuatro para los diputados; las causa de nulidad de elecciones por el rebase de los topes de campaña, el uso de recursos públicos o de procedencia ilícita, se instituye la figura del candidato independiente y se expresaron las prerrogativas de éstos, se efectuaron adecuaciones a la regulación de medios de comunicación y se elevó el porcentaje por el cual un partido puede perder el registro al no alcanzar la suficiente votación.

El 5 de diciembre del mismo año, la Junta de Coordinación Política de la Cámara de Diputados acordó dispensar los trámites y presentar la iniciativa directamente ante el pleno, a pesar de la inconformidad de los partidos políticos de oposición: de la Revolución Democrática, del Trabajo y Movimiento Ciudadano; quienes promovieron

La regulación de los medios de comunicación en México



una suspensiva del procedimiento por no haber discutido la iniciativa al interior de las Comisiones correspondientes, mismas que se declaró improcedente.

En la presentación de los posicionamientos de las fracciones parlamentarias, los partidos antes mencionados además del Partido Nueva Alianza y Verde Ecologista de México, argumentaron que la celeridad del procedimiento acentuaba una mala percepción de la calidad de la democracia mexicana en la ciudadanía y sus representados, ya que tal pareciera que se trataba de una imposición, calificándola como reforma de Estado.

De las propuestas hechas en el Pleno, los diputados consensaron que la reelección legislativa aplique hasta el año 2008 y se incluya a los Asambleístas del Distrito Federal, dejaron la facultad a la Comisión Permanente para el nombramiento de cónsules, que los integrantes del Consejo Nacional de Evaluación de la Educación Pública se han designados por la Cámara de Diputados, que el umbral del 3 por ciento para la pérdida del registro de los partidos sea de la votación válida emitida y que los consejeros electorales del entonces IFE permanecieran hasta el elección de sus sustitutos en el INE.

La discusión que alcanzó mayor fuerza fue la del apartado B del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el que se ponderó la adhesión de la palabra *adquirir* en la prohibición del acceso a la radio y la televisión; en los que se previó que independiente de la compra ya establecida en la reforma electoral 2007, se ampliase el espectro con este vocablo a cualquier negociación entre candidatos, partidos y medios de comunicación para tener presencia en éstos.

El 13 de diciembre, la propuesta de reforma fue enviada al Senado para los trámites correspondientes, la cual fue ratificada con el voto mayoritario de sus integrantes y el voto particular del senador panista, Javier Corral Jurado, quien abundó sobre la inclusión de la palabra *adquirir* como el mecanismo para prevenir lo que llamó el mercado negro de información, al que definió como la posibilidad de negociar acceso a los medios de comunicación, radio y televisión específicamente, a través de cobertura informativa, que sin mediar contrato de compra-venta publicitaria, se pudiera establecer en un acuerdo extra legal.

La reforma político-electoral, en lo atinente a la modificación del texto constitucional quedó firme y se procedió a su envío a las legislaturas estatales para su ratificación, el 22 de enero de 2014, el Congreso hizo la declaratoria de constitucionalidad y se abrió el debate para su adecuación en las leyes secundarias.

En ese contexto, el presidente de la República, Enrique Peña Nieto, presentó una iniciativa para ser incluida en las reformas a las leyes secundarias, anunciando que se elevaría como causal de nulidad, cualquier tipo de adquisición de cobertura informativa en radio y televisión. La reforma electoral se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el 10 de febrero de 2014.

El Senado aprobó una reforma al artículo 41 de la Constitución para que la compra o adquisición de tiempos en radio y televisión durante las elecciones sea causal de nulidad. El dictamen fue avalado por 89 votos a favor y turnado a la Cámara de Diputados. Esta reforma, impulsada por el Presidente Peña, modifica una disposición que apenas había entrado en vigor el 11 de febrero. Con esta decisión, los legisladores corrigieron la reforma política en la que se contemplan nuevas causales para anular los comicios por faltas graves. En el pasado periodo de sesiones, el Senado había propuesto que la adquisición de tiempos en medios electrónicos fuera motivo suficiente para anular los resultados de una elección. (Hernández J. A., 2014)

4.10.2. Los temas de la Reforma Político-Electoral

Los temas de las reformas, se pueden resumir de la siguiente manera:

Temas	Artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	Regula
Régimen Democrático	83 y Segundo Transitorio, fracción II 89, fracción XVII	La fecha de la celebración de la elección y de la toma de posesión de las autoridades electas. Los gobiernos de coalición. La posibilidad de que el presidente de la República establezca un gobierno de coalición mediante la celebración -y en su caso disolución- de un contrato que deberá aprobar el Senado.
Reelección	59 y 115, fracción I	Los senadores podrán ser electos hasta por dos y los diputados

	Aplicable hasta el 2018	federales, locales e integrantes de la Asamblea Legislativa en el Distrito Federal hasta por cuatro periodos consecutivos. Todos deberán ser postulados por el mismo partido, a menos que hayan renunciado a su militancia antes de la mitad de su mandato. En el caso de alcaldes y regidores para integrar los Cabildos, se permite la reelección por un periodo consecutivo, si el plazo constitucional para el que fue electo inicialmente no excede los 3 años.
Autoridades electorales	41 fracción V. Apartados A,B y C 116, fracción IV, c), 5°	Desaparece el IFE y se da la creación del Instituto Nacional Electoral con sus nuevas facultades (de atracción, delegación y asunción de cualquier actividad del proceso electoral en los estados) y formas de estructura, el Servicio Profesional Electoral se vuelve nacional. Entre éstas, la facultad para elegir a los integrantes de los Consejos Electorales en las entidades federativas que desde ahora son denominadas OPLES. Organismos Públicos Electorales. El nombramiento de los magistrados de los Tribunales Electorales en los estados es por parte del Senado de la República y se fija como impar el número para su conformación.
Candidaturas independientes	Libro Séptimo De las Candidaturas Independientes 357-439	La figura de la candidatura independiente, los mecanismos para alcanzar, sus prerrogativas y algunas de sus obligaciones, ya que también son vinculadas al régimen administrativo sancionador.
Régimen de partidos políticos	6°. 41, fracción I y 54 fracción II	Se establece que los partidos políticos están sujetos a la transparencia y su información es pública. Reservada temporalmente solo por razones de interés público y

		<p>seguridad nacional.</p> <p>Sube a un 3 por ciento el umbral a alcanzar los partidos de la votación válida emitida para mantener sus registros.</p> <p>Se integran las figuras de coalición flexible, parcial o total; a las que pueden recurrir los partidos políticos para participar en los procesos electorales.</p> <p>Se establece la paridad de género, los partidos deben garantizar el 50 por ciento de sus candidaturas para cada género.</p>
Fiscalización	41, fracción V y VI, apartado B, penúltimo párrafo	<p>El INE asume todas las facultades de fiscalización de los partidos políticos. Impone el uso de un sistema de contabilidad homogéneo para partidos políticos y candidatos mediante el uso de la tecnología; así como que los partidos podrán efectuar todas sus actividades comerciales a través del INE.</p> <p>Es causa de nulidad de la elección si se rebasa en un 5 por ciento el tope de gastos, el uso de recursos ilícitos o de recursos públicos. El candidato sancionado no podrá volver a participar en caso de elección extraordinaria.</p>
Participación Ciudadana	35, fracción VIII	<p>Se constituye la figura de Consulta Popular. La Ley Federal de Consulta Popular se promulga el 10 de marzo de 2014.</p>

Fuente: Elaboración propia con apuntes para el examen de selección de Consejeros Electorales para el OPL Tabasco.

4.10.3. Las adecuaciones al modelo de comunicación política

El artículo 41 constitucional que es la base del modelo de comunicación política mediante la regulación de los medios de comunicación no sufrió cambios sustanciales con relación a la emitida en el año 2007, excepto porque se eleva al rango de constitucional que los partidos políticos y los candidatos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión; ordenamiento que se traduce como causal de nulidad de la elección.

Artículo 41. Fracción III, Apartado A, inciso g) parte in fine. Los partidos políticos y los candidatos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

Ninguna otra persona física o moral, sea 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 candidatos a cargos de elección popular. 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.

Art. 41, fracción V, apartado B, parte in fine. La ley establecerá el sistema de nulidades de las elecciones federales o locales por violaciones graves, dolosas y determinantes en los siguientes casos: (...) b) Se compre o adquiera cobertura informativa o tiempos en radio y televisión, fuera de los supuestos previstos en la ley; (...)

Dichas violaciones deberán acreditarse de manera objetiva y material. Se presumirá que las violaciones sean determinantes cuando la diferencia entre la votación obtenida entre el primero y el segundo lugar sea menor al cinco por ciento.

En caso de nulidad de la elección, se convocará a una elección extraordinaria, en la que no podrá participar la persona sancionada. (Unión H. C., Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2014, pág. 46 y ss)

Otro aspecto destacable es la elevación a rango constitucional el contenido de la propaganda electoral; ya que establece que la propaganda política o electoral que difundan los partidos y candidatos, deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. Fracción III, Apartado C. Primer párrafo. En la propaganda político electoral que difundan partidos y candidatos deberán de abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. (Unión H. C., Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2014, pág. 49) Del tema, cambió la vía para la presentación de quejas relativas a la propaganda electoral delegando esto en la Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación⁷².

⁷² El artículo segundo transitorio del decreto por el que se reforma la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, publicado el 23 de mayo de 2014, estableció que la Sala Regional Especializada debería quedar integrada antes del inicio del proceso electoral federal 2014-2015. Para ello, el pasado 26 de mayo del año en curso, el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) emitió el acuerdo 14/2014 por el que se determinó el procedimiento para integrar tres ternas de candidatos a magistrados de la Sala Regional

Artículo 41 Fracción III, 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 interponer, entre otras medidas cautelares, la orden de suspender o cancelar de manera inmediata las transmisiones en radio y televisión, de conformidad con lo que disponga la ley.

Artículo 99, fracción IX. Los asuntos que el Instituto Nacional Electoral someta a su conocimiento por violaciones a lo previsto en la Base III del artículo 41 y párrafo octavo del artículo 134 de esta Constitución; a las normas sobre propaganda política y electoral, así como por la realización de actos anticipados de precampaña o campaña, en interponer las sanciones que correspondan. (Unión H. C., Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2014, pág. 49 y 82)

Prevalció el modelo de la propaganda gubernamental previsto en el artículo 134, párrafo octavo que la define como 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, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos y de orientación social. En ningún caso está propaganda incluirá nombres, imágenes o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público. (Unión H. C., Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2014, pág. 129)

Así como su regulación secundaria en el Título Segundo de los Actos Preparatorios de la Elección federal, capítulo cuarto, denominado Las Campañas Electorales artículo 242 numeral 5. Para los efectos de lo dispuesto en el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución, el informe anual de labores o de 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 las estaciones y canales de cobertura regional correspondiente a su ámbito geográfico de responsabilidad del servidor público y no excede los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha 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. (Unión H. C., Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, 2004, pág. 103) En materia de

Especializada, que serían propuestas a la Cámara de Senadores. a Sala Regional Especializada quedó formalmente instalada el 10 de octubre de 2014. Disponible en <http://portales.te.gob.mx/srespecializada/> Consultado el 11 de agosto de 2015

La regulación de los medios de comunicación en México



Publicidad Gubernamental sigue el tema en debate, sin expedirse la ley secundaria respectiva. Prosperó la Ley Federal de Telecomunicaciones; en donde se intenta rescatar a los medios públicos⁷³.

Sin embargo, debido a la falta de la Ley en Publicidad Gubernamental siguen prevaleciendo y a pesar de la Ley Federal de Telecomunicaciones; en un informe publicado en el año 2014 elaborado por la Asociación Mundial de Periodistas con el Centro Internacional de Asistencia a Medios de Comunicación y la Fundación Fundar llamado Comprando complacencia: Publicidad oficial y censura indirecta en México, expresaron sus hallazgos en la prevalencia del uso del recurso público en el año 2013 estimado en 4 mil 195 millones de pesos y prácticas, descritas brevemente, como:

1. Asignar masivamente publicidad oficial en México sobre las bases partidistas y políticas moldea poderosamente el contenido de medios.
2. Muchos medios de comunicación adaptan su cobertura para obtener contratos de publicidad ventajosos.
3. La asignación del espectro radioeléctrico es un mecanismo distinto de censura indirecta, que se ha utilizado sobre todo en contra de las radios comunitarias.
4. Una profunda falta de transparencia dificulta la comprensión y reforma de la publicidad oficial.
5. A pesar de las obligaciones constitucionales y las promesas presidenciales de regulación sobre publicidad oficial sólo existe en contextos electorales. El artículo 134 (2007) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos prohíbe el uso propagandístico de la publicidad oficial pero pocas veces se ejecuta esta disposición.
6. El uso arbitrario de la publicidad oficial agudiza la concentración de la propiedad de los medios de comunicación y crea la falsa sensación de pluralismo. Mantiene a los llamados pasquines.
7. Gastos millonarios en publicidad oficial promoviendo a políticos o agendas partidistas sin que se haya comprobado su impacto positivo sobre el debate público, subsidian a los medios de comunicación favorecidos. Los gobiernos federales y estatales gastan cada año cerca de 12 mil millones de pesos sin tener ninguna indicación clara de que ésta sea eficaz o llegue a los grupos que está destinada.
8. Asimismo, persisten prácticas corruptas en la mayor parte de México, incluyendo el soborno a periodistas mal pagados –conocido coloquialmente como chayote- para influir en sus informes, así como

⁷³ Cfr. Reforma en materia de telecomunicaciones del Gobierno de la República. Disponible en http://reformas.gob.mx/wp-content/uploads/2014/06/EXPLICACION_AMPLIADA_DE_LA_REFORMA_EN_MATERIA_DE_TELECOMUNICACIONES.pdf Consultado el 11 de agosto de 2015.

otros pagos supuestamente efectuados a editores, propietarios y publicistas. (Noticias, 2014, pág. 17 y 18)

Otra innovación fue en la definición de propaganda electoral, ya existía la prevención de emplear planes de reciclaje y cuidar la contaminación por ruido al momento de llevar a cabo las campañas electorales, ahora, se señala el concepto de artículos promocionales utilitarios, se entenderá por artículos promocionales utilitarios aquellos que contengan imágenes, signos, emblemas y expresiones que tengan por objeto difundir la imagen y propuesta del partido político, coalición o candidato que la distribuye y las características de los mismos. Los artículos utilitarios podrán ser elaborados con material textil-, en el artículo 209 numerales 3 y 4, del Capítulo II De la Propaganda Electoral del Libro Quinto De los Procesos Electoral de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales vigente.

4.10.4. La reforma electoral 2014 en Tabasco: Continuidad al modelo de comunicación política

La reforma electoral 2014 descendió a Tabasco en los mismos términos y condiciones que en el orden federal en el Decreto 117 de fecha 18 de junio de 2014 publicado en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco en el número 7491, suplemento E, de fecha 21 de junio de 2014.

Para efectos de la base constitucional, se modificó el artículo noveno de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco, que en su Apartado B denominada “Del acceso de los partidos políticos y los candidatos independientes a los medios de comunicación social”; enfatiza el cumplimiento del artículo 41 constitucional federal. La Ley Electoral de Tabasco se transforma en la Ley Electoral y de Partidos Políticos del Estado de Tabasco.

De esta Ley, específicamente en su Libro Tercero “De los Partidos Políticos”, Título Tercero “De las Prerrogativas a los Partidos Políticos; Capítulo Segundo “Del Acceso a la radio y la televisión”, que comprende de los artículos del 65 al 69; se compactan al artículo 41 constitucional la referencia en el tema y se constriñen las facultades de la autoridad administrativa electoral, al suprimir la existencia de la Comisión de Radio y Televisión, encargada anteriormente del cumplimiento de la regulación de medios y la traslada a la Junta Estatal Ejecutiva del instituto electoral, que funciona como el órgano operativo y administrativo del Consejo Estatal; asimismo,

La regulación de los medios de comunicación en México



eliminó la obligatoriedad de los monitoreos de medios de comunicación en los periodos de precampaña, intercampaña y campaña electoral.

Bajo este esquema, el Consejo Estatal mediante la Comisión de Organización Electoral y Educación Cívica se limitó a emitir el proyecto relativo a la promoción de la participación ciudadana y el voto para el proceso electoral ordinario 2014-2015, donde se retomaron los criterios que se fijaron desde el año 2009 con su respectiva actualización de los públicos objetivos, el mensaje institucional y los medios de comunicación a seleccionarse, considerando los nuevos ordenamientos en materia ambiental y en el uso de publicidad en artículos con base en materiales textiles⁷⁴. En cuanto a los debates entre candidatos, el Consejo Estatal emitió lineamiento respectivo de fecha 30 de abril de 2015⁷⁵. Cabe destacar que en el rubro de Participación Ciudadana en Tabasco, hay sustanciales avances, ya que desde el año 2012 reformó su constitución política en la que incluyó las figuras del Plebiscito, al Referéndum y a la Iniciativa Popular⁷⁶

⁷⁴ Cfr. Programa para la promoción de la participación ciudadana en el proceso electoral 2014-2015. Anexo del Acuerdo CE/2014/025 de fecha 26 de noviembre de 2014. Disponible en [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20141126_0OR030B_000025_\(001600_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20141126_0OR030B_000025_(001600_1).pdf) Consultado el 10 de agosto de 2015

⁷⁵ Cfr. Acuerdo que emite el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, mediante el cual aprueba los lineamientos para la celebración de debates entre candidatos a diputados locales y presidentes municipales, en el proceso electoral ordinario 2014-2015 Disponible en : [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20150430_0OR0300_000034_\(002227_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20150430_0OR0300_000034_(002227_1).pdf) Consultado el 11 de agosto de 2015.

⁷⁶ Reforma publicada en el Periódico Oficial 7310 Spto. C 26-Sep-2012 (ADICIONADO, P.O. 27 DE NOVIEMBRE DE 2002) CAPITULO VI DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA (ADICIONADO, P.O. 27 DE NOVIEMBRE DE 2002) ARTICULO 8 bis.- Esta Constitución reconoce como medios de participación ciudadana al Plebiscito, al Referéndum y a la Iniciativa Popular, en los términos establecidos en la misma y en las demás leyes aplicables. Disponible en http://www.congresotabasco.gob.mx/LX/marco/constitucion_tabasco.pdf Consultado el 11 de agosto de 2015 y cuenta con su Ley de Participación Ciudadana del Estado de Tabasco que data del año 2006. Disponible en http://www.iepct.org.mx/docs/marco_legal/Ley_de_Participacion_Ciudadana_del_Edo_de_Tabasco.pdf Consultado el 11 de agosto de 2015.

4.10.5. Contexto para la aplicación del modelo de comunicación política en Tabasco en el proceso electoral 2014-2015

El siguiente apartado cita textualmente la aportación hecha por la investigadora para la elaboración del proyecto relativo a la promoción de la participación ciudadana y el voto del proceso electoral ordinario 2014-2015, cuyo eje temático fue la confianza institucional.

El proceso electoral 2014-2015 es novedoso, en el sentido de que su organización proviene de las recientes reformas en materia político electoral a nivel nacional y local; en la que dentro de los argumentos y fundamentaciones esgrimidos, se señaló la necesidad de acentuar la credibilidad de las leyes e instituciones; es decir, la confianza institucional; expresado así a nivel mediático.

Durante siete horas, incluyendo dos de un receso programado, los legisladores de la Cámara Alta, de todos los partidos subrayaron que con estas nuevas normativas se genera credibilidad, certidumbre, transparencia y reglas equitativas para todos los mexicanos que habremos de sufragar nuestro voto en el 2015, con las elecciones federales internas. (Salcedo, 2014)

Otra de las consideraciones al respecto, es la que expuso la Consejera Electoral del Instituto Electoral del Distrito Federal, Mariana Calderón Aramburu, durante su participación en un evento de debate sobre la recién aprobada reforma electoral en la Universidad La Salle, quien asegura que los problemas de credibilidad y confianza institucional, están más relacionados con la falta de civismo.

La integrante del Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF) consideró que el problema de credibilidad en las elecciones no es resultado de la estructura jurídica o de las autoridades. Lo anterior, explicó, porque “las posibles inobservancias a las reglas durante los procesos electorales se deben principalmente a una deficiencia cultural y una falta de civismo por parte de algunos actores políticos, hecho que las autoridades electorales deben prevenir y solucionar”.

(...) exhortó así a “dar un voto de confianza al cambio en el sistema electoral, pues las elecciones de 2015 están en puerta y este sistema está en busca de su estructuración y consolidación”. (Notimex, 2014)

La confianza institucional⁷⁷ fue parte del estudio de la Quinta ENCUP⁷⁸ 2012 en la que la medición hizo ver, a como también lo consideró el investigador, Miguel

⁷⁷ Confianza institucional. Es...()... el nivel de confianza que los ciudadanos depositan en las instituciones políticas refleja sus experiencias con las mismas (aquí también se puede incluir

La regulación de los medios de comunicación en México



Carbonell en su portal de internet, los mexicanos tienen una regular confianza hasta en su familia; estimando que la familia es la primera institución que constituye la base social.

La ENCUP 2012 constó de 94 preguntas y midió aspectos como el interés en la política y en los asuntos públicos, los niveles de información y conocimiento político, la confianza en las instituciones, los niveles de acción y hábitos políticos, la eficacia ciudadana, la ideología y preferencia partidista, la participación electoral, la tolerancia, discriminación, libertad y las expectativas ciudadanas, entre otros. La ENCUP 2012 fue aplicada a 3 mil 750 hombres y mujeres mayores de 18 años que habitan de manera permanente en viviendas particulares dentro de México.

Los principales resultados que arrojó la ENCUP 2012 son que ocho de cada diez mexicanos perciben la política como un tema muy complicado o algo complicado, es por eso que el 65% de los ciudadanos entrevistados declararon tener poco interés en la política y el 76% de los ciudadanos eligieron a la televisión como el medio más usado para informarse sobre lo que sucede en la política.

(...) En cuanto a la confianza institucional, los médicos, la iglesia, los maestros y el ejército fueron los mejor evaluados, mientras que los de peor evaluación fueron los sindicatos, los diputados y senadores, los partidos políticos y la policía. La Comisión Nacional de Derechos Humanos recibió una calificación reprobatoria con 5.7 puntos de confianza, apenas dos décimas arriba del IFE y los medios de comunicación impresos; los gobernadores, jueces y la Suprema Corte de Justicia de la Nación recibieron 5 puntos, mientras que los jefes delegacionales y presidentes municipales, 4.9.

La ENCUP 2012 pone de manifiesto la poca esperanza existente por parte de los ciudadanos, ya que (..) ocho de cada diez ciudadanos está de acuerdo o muy de acuerdo en que el ejercicio del voto es el único mecanismo con el que cuentan para decir si el gobierno hace bien o mal las cosas. (Carbonell, 2012)

percepciones, pues aunque el individuo nunca haya interactuado con una determinada institución, no significa que éste no pueda emitir un juicio sobre la misma) y también sus orientaciones sociales y culturales. (Alejandro Moreno y otros, 2010, pág. 70)

⁷⁸ La Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas es un instrumento de medición auspiciado por la Secretaría de Gobernación desde el año 2001 que se llevó a cabo la primera y tiene como objetivo contar con una base de información estadística de la población mexicana de 18 años o más a nivel nacional sobre las características de la cultura política, y lo concerniente a las prácticas de participación en asuntos de interés público, relacionando dichas condiciones con los factores sociodemográficos y económicos. Documentos disponibles en <http://www.encup.gob.mx/> Consultado el 12 de junio de 2014.

En una escala de calificación de 0 a 10 donde 0 es nada y 10 es mucho, por favor dígame ¿Qué tanto confía en...

INSTITUCIÓN	CALIFICACIÓN*	INSTITUCIÓN	CALIFICACIÓN*
Familia	7.8	Gobernadores	5.0
Médicos	6.6	Jueces	5.0
Iglesia	6.4	SCJN	5.0
Maestros	6.3	Jefes Delegacionales/Presidentes	4.9
Ejército	6.1	Municipales	4.9
Televisión	6.1	Redes Sociales	4.8
Militares	6.0	Empresarios	4.7
Radio	5.8	Sindicatos	4.5
Vecinos	5.8	Diputados	4.4
CNDH	5.7	Senadores	4.4
Organizaciones Indígenas	5.6	Partidos Políticos	4.4
IFE	5.5	Policía	4.3
Prensa	5.5		
Presidente	5.3		
Organizaciones Ciudadanas	5.2		
Gobierno	5.1		

* Calificación promedio en base a una escala que va de 0 a 10

Fuente: Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2012 INEGI-SEGOB presentado por Miguel Carbonell. (Carbonell, 2012)

Aunado a esto, los mexicanos también expresaron en un 80 por ciento, tener poca confianza en las leyes; pero la mitad de esta misma proporción de encuestados, manifestó desconocimiento de la integración de los Poderes del Estado.

En este mismo estudio, también se refleja que otro segmento de la población, casi un 5 por ciento, obtiene su información política de internet y de las redes sociales: compitiendo en igual proporción con la que se obtiene de los periódicos. (Gobernación, 2012). De tal manera, que es consecuente que a la aparición del Instituto Nacional Electoral en el presente año, este organismo se inclinará por una campaña para el posicionamiento de la marca en las redes sociales. Aunque la familia y los amigos, son los espacios en los que los ciudadanos, se enteran de temas políticos.

El Instituto Federal Electoral inició el proceso para el lanzamiento de una fuerte campaña para posicionar la nueva imagen, nombre y atribuciones del Instituto Nacional de Elecciones. “Entre abril y mayo, se podrá realizar la adjudicación al proveedor para la aplicación de la estrategia en redes sociales”, precisa el “Informe sobre el resultado obtenido en la implementación de las bases para la transición del IFE al INE”.

Aunque el proceso ya inicio, en caso de que el 8 de abril sean nombrados los 11 nuevos consejeros del INE por parte de la Cámara de Diputados, serán éstos quienes aprueben la licitación.

La regulación de los medios de comunicación en México



El documento, que será presentado en la sesión de hoy en el Instituto Federal Electoral, plantea que debido a la transición del IFE a INE, deberán llevar cabo una estrategia de comunicación institucional en redes sociales, para posicionar al nuevo instituto y difundir información sobre las nuevas atribuciones que tendrá el INE.

El informe destaca que ya se realizó el estudio de mercado para dicha estrategia y se inició el proceso de definición del proveedor de la empresa que llevará a cabo la campaña.

En tanto, una vez que quede constituido, el INE deberá levantar entre los meses de abril a diciembre, tres encuestas nacionales para la evaluación de la imagen institucional.

El IFE planteó una reunión nacional de comunicación social para homogeneizar el mensaje entre coordinadores estatales de comunicación sobre las nuevas atribuciones del INE y el proceso electoral 2014-2015.

Recomienda además impartir talleres de actualización electoral para periodistas. (Monroy, 2014)

Otro aspecto a destacar del estudio en comento, es el hecho de que la mayoría de los mexicanos, están de acuerdo en un 77.73 por ciento en que los problemas deben ser resueltos entre la sociedad y el gobierno; así como que un 41.58 por ciento le conceden influencia a las agrupaciones ciudadanas en los asuntos públicos; estiman, en promedio en un 80 por ciento, que la mayoría de las personas se preocupan por sí mismas y no se pueden confiar en ellas; condición que desfavorece los acuerdos.

Lo que sí es seguro es que todos los mexicanos opinan que la mejor forma de vivir es la democracia.

A mediados del mes de junio de 2014, se dio a conocer los resultados de la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental⁷⁹ aplicada por el INEGI, en una síntesis publicada en un portal especializado en información política, destacó los principales resultados, donde al igual que en el ejercicio estadístico antes referido, el ENCUP, en promedio, el 70 por ciento de los mexicanos considera que los partidos políticos y los institutos electorales son corruptos. (Notimex, animalpolitico.com, 2014)

⁷⁹ Cfr. La Encuesta Nacional de Calidad de Impacto Gubernamental en la dirección electrónica <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/especiales/encig/2011/default.aspx> Consultada el 17 de junio de 2014; en la que se aprecia la metodología, los resultados y el comunicado oficial.

Percepción sobre la frecuencia de corrupción en diversos sectores (Muy frecuente y frecuente)



Fuente: Ilustración tomada de la presentación hecha por Notimex. (Notimex, animalpolitico.com, 2014)

Simultáneamente, se dio a conocer los resultados de “El Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México, que fue presentado por el INE, y que se fundamenta en una encuesta realizada por el IFE en 2013 a una muestra de 11 mil ciudadanos, revela que el 42 por ciento de los mexicanos no confía en las autoridades, más de la mitad de los jóvenes no se identifican con ningún partido político y que el 49.61 por ciento está convencido de que los políticos no se preocupan por ellos.

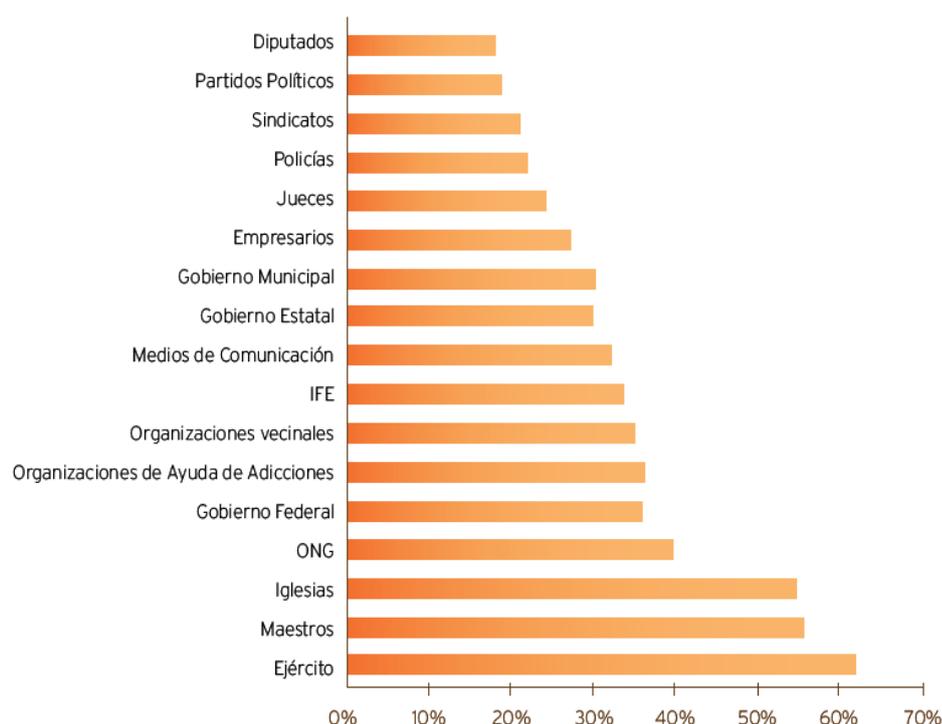
El estudio revela que un cuatro por ciento de los mexicanos cree que se respetan las leyes, frente a un 37 por ciento que piensa se respetan poco y el 29 por ciento opina que no se respetan. (Hernández, 2014)

El presidente del INE, Lorenzo Córdova, definió en términos futboleros la implicación de estos resultados. **“El Informe País constituye una tarjeta amarilla y un foco rojo para todos los mexicanos** en beneficio de las instituciones públicas y para los que buscamos la consolidación de la democracia. Para autoridades de todos los niveles, sociedad civil, medios de comunicación, partidos políticos, algo no estamos haciendo bien o algo podríamos hacer mejor”. Consideró que es la ausencia de una política integral del Estado mexicano en materia de educación cívica lo que ha obstaculizado el avance y la buena intención de proyectos. Por ello urgió a que se tomen acciones para dejar en el pasado resultados

La regulación de los medios de comunicación en México

“alarmantes” como el que siete de cada diez mexicanos considera que las leyes se respetan poco o nada, mientras otro 75 por ciento de encuestados que dice no conocer personalmente a alguien que le pueda ayudar a defenderse de una injusticia. “Y lo digo claramente, tenemos una labor titánica”, admitió. (Hernández, 2014)

Gráfica 5.11 Nivel de confianza en instituciones y organizaciones políticas y sociales a nivel nacional



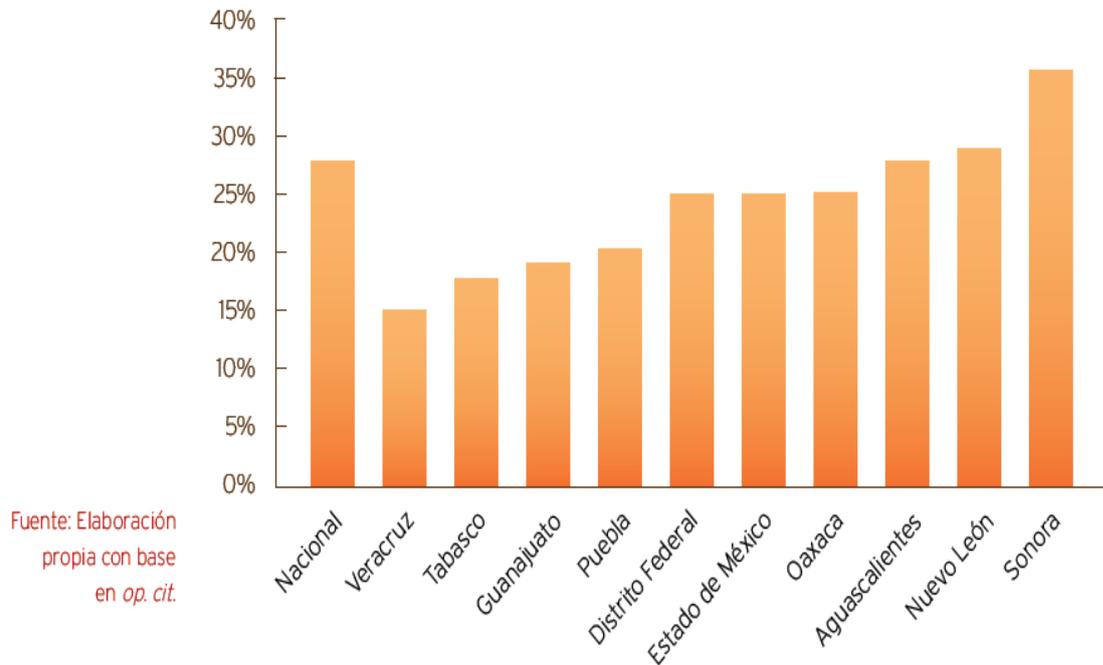
Fuente: Elaboración propia con base en *op. cit.*

Fuente: El Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México. (Hernández B. N., 2014, pág. 128)

En Tabasco, qué percepción tiene de la confianza institucional como elemento para fomentar la participación ciudadana en el proceso electoral ordinario 2014-2015. En el citado Informe presentado por el INE, en el caso particular del estado de Tabasco, se encuentra por debajo de la media nacional y los índices de confianza interpersonal⁸⁰ como fuente de la confianza institucional se ubica en un 18 por ciento aproximadamente.

⁸⁰ Cfr. Confianza interpersonal y confianza institucional en el Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México. (Hernández B. N., 2014, pág. 125)

Gráfica 5.9 Confianza interpersonal a nivel nacional y estatal



Gráfica 5.10 Confianza interpersonal a nivel regional

Fuente: El Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México. (Hernández B. N., 2014, pág. 126)

Con base en el programa “Juventud y Democracia” diseñado y ejecutado por la Dirección de Organización y Capacitación Electoral de este Instituto durante el año 2013; los jóvenes estudiantes del último semestre de preparatoria del sistema educativo estatal del nivel medio superior –Cobatab, Cecyte, Conalep y Cbtis-, que posiblemente ejercerían el voto en esta elección, consideraron se carece de las Virtudes de la Participación Ciudadana: Tolerancia, Respeto y Solidaridad. (Padua, 2013)

La regulación de los medios de comunicación en México



Cabe mencionar que durante el periodo ordinario 2013-2014, el mensaje institucional se centró en el primero de los temas vistos como Virtudes de la Participación Ciudadana⁸¹; mismo que se difundió durante ese periodo en el uso de los tiempos oficiales en radio y televisión que les fueron asignados a esta autoridad⁸².

La problemática desde la perspectiva de los futuros votantes, es que la convivencia social se trastoca porque de la desintegración y falta de acuerdos originado, interpretativamente, por diferencias ideológicas; a los que le atribuyeron como origen a esta situación, la falta de valores, expresando esto en sus respuestas como la falta de comunicación y tolerancia.

La indiferencia, la rivalidad, el individualismo y la envidia son otros conceptos con los que asociaron, en menor proporción alrededor del 10 por ciento de manera conjunta, como fuentes de la falta de la convivencia social.

A manera de soluciones, los jóvenes participantes del ejercicio, en síntesis, proponen buscar mecanismos de integración para conseguir la convivencia y lograr acuerdos mediante la práctica de valores, identificando estos como Diálogo, Comunicación y Respeto.

Por otro lado, cuál es la percepción ciudadana, al menos a nivel mediático del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco y de sus órganos de gobierno, el Consejo Estatal y la Junta Estatal Ejecutiva; el primero como ente deliberativo y el segundo como la parte operativa.

Lo anterior, se puede resumir en los siguientes cuadros que provienen del seguimiento informativo hecho por la entonces Comisión de Radio y Televisión a fin de tener un instrumento que le permita conocer la percepción mediática de esta

⁸¹ Cfr. La participación de la ciudadana en la Democracia trabajo del ex consejero electoral federal, Mauricio Merino en www.achm.cl/file_admin/archivos_munitel/social/social16.pdf Consultado el 18 de julio de 2014.

⁸² Cfr. Informes Trimestrales de la Presidencia de la Comisión de Radio y Televisión comprendidos entre el 29 de noviembre de 2013 y el 25 de marzo de 2014.

institución para poder establecer la estrategia de comunicación para el presente proceso electoral, trabajo que en su momento estuvo a cargo de la investigadora.

Pasada la elección comentada en el apartado anterior, en el periodo comprendido entre el trimestre del 18 de julio al 30 de septiembre, se publicaron en promedio una docena de notas informativas en referencia al proceso de adquisición del edificio ubicado en el Periférico Carlos Pellicer Cámara en la colonia Tamulté. En total, se contabilizaron en las Síntesis Informativa de Prensa elaborada por el Departamento de Comunicación Social de este Instituto, 857 textos provenientes de 13 periódicos de circulación local.

2012	Notas informativas	Conceptos vertidos
Julio	135	Falta de transparencia, Tráfico de Influencias, Intolerable despilfarro, Negocios sucios a la sombra del poder, Consejeros se lavan manos por las malas compras.
Agosto	273	Tráfico de influencias Consejeros: Cómplices, Corruptos, Negligentes, Irresponsables, Ineptos, Incongruentes, Falsos promotores de la Transparencia y la Democracia, Sinvergüenzas. Peyorativos: Chimoltrufios, Rateros, Tontos, Estafadores, Transas y Mudos. Junta Estatal Ejecutiva: Responsable de la compra IEPCT: Sin credibilidad pública. Peyorativos: Cloaca, Cochinero.
Septiembre	449	Consejeros: Cómplices, Cínicos, Negligentes, Irresponsables, Corruptos, Pérdida de la confianza, Imparciales, Deshonestos Peyorativos: Pillos, Vividores, Zánganos, Sinvergüenzas. Secretario Ejecutivo: Negligente, Irresponsable. IEPCT: Compra irregular, Fraude, Compra Ilícita, Compra fraudulenta, Robo perfecto, Homenaje a la impunidad.
Octubre	240	Consejeros: Corruptos, Abusadores del Poder, Premeditación, Alevosía y Ventaja, Defraudadores, Indignos, Faltos de confianza, Falta de Honorabilidad. Peyorativos: Pillos, Se clavaron el cambio, Mañosos, Bribonería, Se despacharon con la cuchara grande, Tapaderas de entuertos, Sacar "raja", Sospechosa operación, Beneficiados económicamente. IEPCT: Opacidad, Operación fraudulenta, Tremendo fraude, Irregular compra,

		Incongruencia compra, Impunidad, Fraudulenta compra, Fraude, Derroche. Peyorativos: Maniobras fraudulentas, Chivos expiatorios, Cochinas.
Noviembre	130	Consejeros: Cómplices, Desfalcadores, Actuaciones por ignorancia o cuestiones políticas, Defraudadores. Peyorativos: ¡Qué bárbaros! Pensando en sus bolsillos, No ven lo duro sino lo tupido, Directo a las islas Marías, Ñapearon melones. IEPCT: Compra irregular, Irregularidades.
Diciembre	111	Consejeros: Abusos en el poder, impunidad, Presuntos Culpables, Botando el dinero, Malos manejos y vicios ocultos, Brutal robo. Hurto o saqueo legal. Irresponsables y Corruptos. Peyorativos: Culpables de “inflar”, Perdón temporal, prolongan agonía de los condenados, Pillines y Cínicos, Chivos expiatorios. IEPCT: Irregularidades, Escandaloso hecho, Compra irregular.
TOTAL	1,338	

Fuente: Elaboración propia.

En el año 2013, entre el periodo comprendido entre el 9 de enero y el 22 de noviembre, se publicaron 619 notas informativas; de la revisión de 297 carpetas de Síntesis Informativas elaboradas por el Departamento de Comunicación Social, el estimado, es que diariamente se habló en por lo menos en un diario de circulación estatal de la supuesta mala actuación de los integrantes del Instituto y solicitando sistemáticamente la salida de todos sus funcionarios.

2013	Notas informativas	Conceptos vertidos
Enero	70	Consejeros: Compra irregular, Desfalco, Irregularidades, Irregularidades Graves, Fraude. Inflaron precio. Que se les aplique: Inhabilitaciones, Destituciones, Sanciones administrativas, Juicio Político
Febrero	140	Consejeros: Deshonestos, Sobreprecio, Daño patrimonial, Irresponsables, Malos funcionarios, Corrupción, Impunidad, Beneficios económicos, Irregular compra, Compra fraudulenta, Desfalco, Actos de omisión, Negligencia institucional.

		<p>Peyorativos: Negociazo del Año, Robo descarado, En qué bolsillos terminó el faltante, No es cacería de brujas.</p> <p>Que se les aplique: Que renuncien y Desaparezca el IEPCT.</p>
Marzo	60	<p>Consejeros: Irregular compra, Sobreprecio, Desvío de Recursos, Desconfianza, Sin honor, Sin principios, Sin honradez. Peyorativos: Sinvergüenzas y Chivos expiatorios.</p> <p>Que se les aplique: Desaparecer el IEPCT, Promover iniciativa de Ley para reducir a 3 el número de consejeros. Juicio Político a Gustavo Rodríguez Castro, Jorge Montaña Ventura y Héctor Aguilar Alvarado.</p>
Abril	144	<p>Consejeros: Falta de credibilidad, Negligentes, Ineptos, Compra Irregular, Mal manejo de recursos, Dispensio, Corrupción, Actuar desastroso, Actuar Desaseado. Peyorativos: Cucarachas hay que aplicarles H24 (insecticida)</p> <p>Que se les aplique: No hay línea sobre el IEPCT, Renuncia voluntaria, Limpia parcial del IECT, Inhabilitación, No todos los consejeros tienen la responsabilidad, No necesitan incriminar a todos los consejeros. Pero sí, Renovación total del IEPCT, También Elidé Moreno Cáliz y Rosendo Gómez Piedra, Desaparezca el órgano electoral local. No es cacería de brujas.</p> <p>Defensa: Hay violación de los Derechos Fundamentales. Promueven la Nulidad de la Escritura de Compra-Venta del edificio.</p>
Mayo	75	<p>Deseo de muerte a nombre del Secretario Ejecutivo.</p> <p>Consejeros: Falta de credibilidad, Imparcialidad, Pérdida de la confianza, Desfalco. Peyorativos: Burros.</p> <p>Que les apliquen: Limpia total del IEPC, Desaparición del IEPC, Renuncia y Juicio Político.</p> <p>Defensa: Establecer diferencia entre la aprobación de la cuenta pública y el procedimiento de compra del edificio. Que se viertan criterios jurídicos porque todo pareciera un asunto mediático.</p>
Junio	21	<p>IEPC: No es una cacería de brujas pero la desaparición del IEPC es un acto consensuado por los hechos irregulares graves. Se presentó un único argumento legal sobre la posible constitución de delitos. Reprueban cuenta pública 2011 en la Comisión Inspector de Hacienda, en medio de división de criterios por una supuesta incertidumbre jurídica.</p> <p>Defensa: Violación a los Derechos</p>

Fundamentales.		
Julio, Agosto y Septiembre		Suspensión de actividades del Poder Legislativo
Octubre	52	Consejeros: Indignos, Mentirosos, Pérdida de la confianza, Imparciales, Cómplices de gobiernos priistas, Faltos de claridad, Inoperantes, Infuncionales, Inmorales, Irresponsables. Peyorativos: A palos salen las hicotetas. Que se les aplique: Iniciativa de Ley para reducir el número de consejeros de 7 a 3, Desaparición del IEPC, Entregar la organización de la elección local al IFE. Limpia del organismo. Defensa: Violación a la Autonomía de un organismo público autónomo. Difiere el PRD nacional con la postura del PRD estatal.
Noviembre 83	66	Consejeros: Compra irregular, Falta de credibilidad, Sobreprecio, Malos manejos de los recursos públicos, Operación irregular, Imparcialidad, Daño patrimonial. Ex funcionarios de la Junta Estatal: Excesos en liquidaciones. Que se les aplique: Sanción pública, Inhabilitación de cargos, Devolución de los Recursos.
TOTAL	628	

Fuente: Elaboración propia.

El 3 de enero de 2014 retomó sus actividades el Instituto, del archivo compuesto por 29 síntesis informativas hasta el 9 de febrero del mismo año, en las que se compilaron 529 notas informativas, de las cuales se extrajeron 55 relacionadas con los actores políticos y sus declaraciones en los medios de comunicación impresos relacionadas con el tema de la adquisición del edificio sede de esta autoridad electoral; equivalentes a un 10.39 por ciento

⁸³ Con corte al 22 de noviembre de 2013

2014	Notas informativas	Conceptos vertidos
Enero	46	Los consejeros electorales cometieron: Fraude, Atraco, Desvío de Recursos, Malversación de Recursos, Compra irregular, Robo, Corrupción, Abuso de Confianza, Peculado, Uso indebido de los recursos públicos. Peyorativos: Los consejeros se cubren con la misma sábana, tienen 8 millones de pesos bailados. Son: Cómplices, Delincuentes de cuello blanco, Camada de sucias ratas, Tranza, Saqueadores, Pandilleriles.
Febrero	9	Los consejeros electorales cometieron: Daño patrimonial, Sobreprecio, Depilación de recursos públicos, Corrupción, Opacidad en el manejo de los recursos. Son: Carentes de calidad moral.

Fuente: Elaboración propia.

En contraste, los resultados conseguidos por la institución en el pasado proceso electoral en que se dio la Alternancia pacífica del poder en el estado; quedaron relegados⁸⁴.

⁸⁴ Cfr. Informe final de la Presidencia de la Comisión de Radio y Televisión de la Promoción de la Participación Ciudadana y el Voto libre. Secreto, Directo, Universal, Personal e Intransferible para el proceso electoral ordinario 2011-2012; documento presentado en la Sesión Ordinaria de fecha 12 de julio de 2012.

Capítulo V. La judicialización de los procesos electorales en Tabasco: ¿Nuevas reglas, viejas prácticas?

5.1. Judicialización de los procesos electorales: Base normativa

La judicialización de los procesos electorales en Mónica Gilas⁸⁵ consiste el diseño de la norma y su aplicación para dirimir los conflictos que se presentan entre los participantes de la elección. El concepto evoluciona conforme la aplicación de las reformas electorales en México.

La base para dirimir estos conflictos están previstos en el artículo 41 constitucional, cuya modificación sustancial fue, a como ya se explicó anteriormente, la creación de la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación; y que dependiendo de la naturaleza de los casos como es el modelo de comunicación política en la regulación de los medios de comunicación, algunos son atendidos en esta instancia y otros en los organismos públicos locales.

La ley secundaria se explicita en el Libro Octavo “De los Regímenes Sancionador Electoral y Disciplinario Interno, Título Primero “De las Faltas Electorales y su Sanción”, que comprenden los capítulos del uno al cuarto en lo que se determinan los sujetos, las conductas, las sanciones y los procedimientos.

En el caso concreto de Tabasco, estas disposiciones legales se encuentran previstas en el mismo libro con las mismas conceptualizaciones contenidos en los

⁸⁵ El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) adquirió (desde la reforma electoral de 1996) la facultad de resolver los medios de impugnación en contra de los actos y decisiones de las autoridades electorales de las entidades federativas que violen las normas constitucionales mediante el Juicio de Revisión Constitucional electoral. En años posteriores las facultades del TEPJF se vieron ampliadas con la reforma electoral de 2007-2008 que le otorgó la facultad de declarar la no aplicación de leyes contrarias a la carta magna, limitando los efectos al caso concreto sobre el que versa el juicio. La reforma de 2007 creó un sistema de control de constitucionalidad en materia electoral por dos mecanismos: el de las acciones de inconstitucionalidad por parte de la Suprema Corte y el de la no aplicación de las leyes contrarias a la Constitución por el Tribunal Electoral. (Karolina Mónica Gilas, 2011)

artículos del 334 al 367, de la vigente Ley Electoral y de Partidos Políticos del Estado de Tabasco y que conserva en esencia lo previsto desde el año 2007; toda vez que se integra la figura de candidatos independientes en el año 2014.

En este esquema en que los partidos políticos, los precandidatos, candidatos, candidatos independientes y servidores públicos pueden incumplir el modelo de comunicación política implementado en su forma de regulación de medios de comunicación por la compra y/o adquisición bajo cualquier modalidad de espacios en radio y televisión, por el contenido denigrante a personas o instituciones o las relativas a la propaganda gubernamental y se les puede establecer la comisión de faltas administrativas y sanciones, se han desarrollado los procesos electorales en Tabasco.

La diferencia por optar por la figura del Procedimiento Ordinario o Especial Sancionador, tiene que ver con la naturaleza de la falta administrativa; se recurre al segundo de los casos para cuando se trata específicamente del modelo de comunicación política y su afectación a actos anticipados precampaña o campaña electoral.

Además que en los casos ordinarios, la queja la puede iniciar la propia autoridad electoral de oficio a través del Secretario Ejecutivo y por su parte procesal, ésta es estudiada por la Comisión de Denuncias y Quejas, y dependiendo de este parte procesal y la investigación, si es que la hay los tiempos para su desarrollo pueden postergarse en la práctica ha sido así hasta por 40 días o más. En tanto que en los especiales, los plazos para formular el proyecto de resolución y la aprobación, en su caso, es de 24 horas; una vez que se haya desahogado su forma procedimental.

5.1.1. Caso Bertruy 2009

El Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, aprobó por mayoría el Proyecto de Resolución relacionado con los Procedimientos Sancionadores identificados como SCE/OR/AGH/001/2009 promovido por el ciudadano Alfredo González Hernández, SCE/PE/EACH/008 iniciado por el ciudadano Edgar Alberto De la Cruz Herrera y SCE/PE/EDDR/010/2009 emprendido por el ciudadano Ezequiel De Dios Rodríguez, mismos que fueron acumulados por tratarse de la misma causa que motivó las denuncia como la comisión de actos anticipados de

precampaña y campaña electoral en contra del ciudadano José Humberto De los Santos Bertruy.

La Comisión de Radio y Televisión, registró por medio de un monitoreo que del 18 de mayo al 18 de agosto de 2009, el Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy hizo una campaña publicitaria cuya figura central fue la fisionomía del jurista conocida por su función pública como Secretario del Ayuntamiento de Centro, Tabasco, México; del que también dijo aspirar a administrar ahora como Primer Regidor (alcalde) del mismo en el siguiente año lectivo comprendido en el trienio 2010-2012.

5.1.1.1. La campaña publicitaria

Radio

La campaña publicitaria en radio consistió en la transmisión de spots entre el 1 de junio y el 16 de julio de 2009, periodo considerado en ese entonces de intercampaña y previo a la selección de los candidatos de los partidos políticos para el proceso electoral ordinario 2009 que se celebró el 18 de octubre de ese año. En total se contabilizaron mil 255 impactos en cuatro estaciones radiodifusoras, en sus espacios dedicados a noticieros, con un valor estimado en los 377 mil 224 pesos.

Versión estenográfica de spots de radio 1. Denominada en el Caso Bertruy como “Juntos lo Resolvemos”, transmitidos del 1 al 23 junio de 2009, con una duración de 20 segundos.

Por tú tranquilidad y la de tu familia, queremos orientarte en tus asuntos legales, DESPACHO DE ABOGADOS HUMBERTO DE LOS SANTOS BERTRUY. Si tienes un problema legal, juntos lo resolvemos. DESPACHO DE ABOGADOS HUMBERTO DE LOS SANTOS BERTRUY. Llámanos 99-33-96-70-00.

Versión estenográfica de spots de radio 2. Denominada en el Caso Bertruy como “¿Y tú con quién vas?”, transmitidos del 24 de junio al 15 de julio de 2009, con una duración de 20 segundos.

Versión estenográfica: “¿Y tú con quién vas?”

“¿Y tú con quién vas para resolver tus asuntos legales? Con Humberto de los Santos Bertruy ¿Y por qué con él? Porque Bertruy tiene experiencia y cumple su palabra”. DESPACHO DE ABOGADOS HUMBERTO DE LOS SANTOS BERTRUY, JUNTOS LO RESOLVEMOS”.

Fuente: Informe de Inserciones en medios de comunicación del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy. Concentrado total de inserciones en medios de comunicación

REPORTE GENERAL DEL 01 DE JUNIO AL 16 DE JULIO DEL 2009 DE SPOT TRANSMITIDOS EN RADIO DEL "DESPACHO DE ABOGADOS HUMBERTO DE LOS SANTOS BERTRUY"					
Estación	PROGRAMAS	HORARIOS	TOTALES POR RADIO	TARIFA APROXIMADA POR SPOT AÑO 2006/2007	TOTAL (COSTO)
XEVT-AM 970	TELE-REPORTAJE	DE 07:00 A 10:00 HRS.	356	\$450.00	\$160,200.00
	NOTICIAS EN FLASH	DE 13:00 A 15:00HRS.	159	\$450.00	\$71,550.00
XHJAP-FM 90.9 Tabasco Hoy Radio	EDICIÓN MATUTINA	DE 06: A 10:00 HRS.	213	\$201.00	\$42,813.00
	EDICIÓN VESPERTINA	DE 14:00 A 16:00 HRS.	203	\$201.00	\$40,803.00
	EDICIÓN NOCTURNA	DE 18:00 A 21:00 HRS.	232	\$201.00	\$46,632.00
XHSAT-FM 90.1	PANORAMA SIN RESERVAS	DE 12:00 A 14:00 HRS.	69	\$134.00	\$9,246.00
XHTR-FM 92.5	CUARTO PODER	DE 13:00 A 14:00 HRS.	23	\$260.00	\$5,980.00
TOTAL DE SPOTS			1,255		\$377,224.00

(con costos estimados). Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

Televisión

La campaña publicitaria en televisión fue la transmisión de spots de entre el 1 de junio y el 17 de julio de 2009 en tres cadenas de televisión, también en sus espacios de noticieros. La sumatoria de éstos fue de 406 impactos con un precio estimado en los 810 mil 244 pesos.

Versión estenográfica del spot de televisión 1. Denominada en el Caso Bertruy como “Juntos lo Resolvemos”, transmitidos del 1 al 22 junio de 2009.

La regulación de los medios de comunicación en México



Versión estenográfica: “Juntos lo resolvemos”

Por tú tranquilidad y la de tu familia, queremos orientarte en tus asuntos legales. DESPACHO DE ABOGADOS HUMBERTO DE LOS SANTOS BERTRUY. Si tienes un problema legal, juntos lo resolvemos. DESPACHO DE ABOGADOS HUMBERTO DE LOS SANTOS BERTRUY. Llámanos 99-33-96-70-00.

Versión estenográfica del spot de televisión 2. Denominada en el Caso Bertruy como “¿Y tú con quién vas?”, transmitidos del 23 de junio al 15 de julio de 2009.

Versión estenográfica: “¿Y tú con quién vas?”

“¿Y tú con quién vas para resolver tus asuntos legales?

Con Humberto de los Santos Bertruy

¿Y por qué con él?

Porque Bertruy tiene experiencia y cumple su palabra”.

DESPACHO DE ABOGADOS HUMBERTO DE LOS SANTOS BERTRUY,
JUNTOS LO RESOLVEMOS”.

SPOTS DE TELEVISIÓN EN LOS PROGRAMAS						
DEL 01 DE JUNIO AL 17 DE JULIO DEL 2009						
CANAL Y SIGLAS	PROGRAMAS	VERSIÓN	DURACIÓN	TOTALES POR PROGRAMA	TARIFA APROXIMADA DE SPOT AÑO 2007	TOTAL (COSTO)
CANAL 7 TV AZTECA XHVIH-TV (CANAL 12)	INFO 7 AM	JUNTOS LOS RESOLVEMOS	SEG. 20"	24	\$1,160.00	\$27,840.00
		¿Y TU CON QUIEN VAS?	SEG. 20"	0	\$0.00	\$0.00
CANAL 13 TV AZTECA XHVH-TV (CANAL 15)	HECHOS MERIDIANO	JUNTOS LOS RESOLVEMOS	SEG. 20"	18	\$1,572.00	\$28,296.00
		¿Y TU CON QUIEN VAS?	SEG. 20"	45	\$1,572.00	\$70,740.00
	HECHOS CON HECHOS Y HECHOS DE NOCHE	JUNTOS LOS RESOLVEMOS	SEG. 20"	9	\$2,512.00	\$22,608.00
		¿Y TU CON QUIEN VAS?	SEG. 20"	40	\$2,512.00	\$100,480.00
CANAL 9 XHTVL-TV (CANAL 62)	NOTIN UEVE EDIC. VESP.	JUNTOS LOS RESOLVEMOS	SEG. 20"	46	\$1,380.00	\$63,480.00
		¿Y TU CON QUIEN VAS?	SEG. 20"	88	\$1,380.00	\$121,440.00
	NOTIN UEVE EDIC. NOCT.	JUNTOS LOS RESOLVEMOS	SEG. 20"	48	\$2,760.00	\$132,480.00
		¿Y TU CON QUIEN VAS?	SEG. 20"	88	\$2,760.00	\$242,880.00
TOTAL DE SPOT				406		\$810,244.00

Fuente: Informe de Inserciones en medios de comunicación del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy. Concentrado total de inserciones en medios de comunicación (con costos estimados). Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

La campaña se complementó con la transmisión de cintillos en el partido de fútbol México contra Venezuela del 24 de junio y México contra Panamá el 10 de julio, ambos en el 2009, denominado en el Caso Bertruy como “Juntos lo Resolvemos”, publicados en periódicos de circulación estatal que se ejemplificarán en el siguiente apartado. En total, 23 impactos, cotizados en 832 mil 657 pesos.

SPOTS Y CINTILLOS DE TELEVISIÓN EN LOS PARTIDOS DE FUTBOL						
DEL 01 DE JUNIO AL 17 DE JULIO DEL 2009						
CANAL Y SIGLAS	PARTIDOS	HORARIO	DURACIÓN	CANTIDAD SPOTS/ CINTILLOS	TARIFA ESTIMADA 2007	TOTAL (COSTO)
CANAL 7 TV AZTECA	MEXICO VS VENEZUELA	DURANTE EL PARTIDO	SEG. 10"	8 CINTILLOS	\$587.00	\$4,696.00
					Costo Producción	\$606.00
XHVIH-TV		19:31 HRS.	SEG. 20"	1 SPOT	\$2,512.00	\$2,512.00
CANAL 12	MÉXICO VS PANAMA	DURANTE EL PARTIDO	SEG. 10"	11 CINTILLOS	\$587.00	\$6,457.00
					Costo Producción	\$606.00
					19:31 HRS.	SEG. 20"
TOTAL POR PARTIDO DE FUTBOL				23		\$22,413.00
TOTAL COSTOS						\$832,657.00

Fuente: Informe de Inserciones en medios de comunicación del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy. Concentrado total de inserciones en medios de comunicación (con costos estimados). Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

Prensa

En inserción de prensa, el departamento de Comunicación Social del IEPC identificó 132 cintillos de prensa con un costo estimado en los 702 mil 100 pesos.

Texto del cintillo insertado en diarios de la primera versión del Caso Bertruy como “Juntos lo Resolvemos”, publicados del 1 de junio al 17 de julio 2009 en los periódicos de circulación estatal. Primera versión.

<p>HUMBERTO DE LOS SANTOS B E R T R U Y DESPACHO DE ABOGADOS PEDRO FUENTES # 822, CASI ESQUINA MINA, CENTRO. (A UN LADO DE LA CENTRAL CAMIONERA ADO)</p>	<p>JUNTOS LO RESOLVEMOS LLÁMANOS: 0449933 967000 ASESORÍA LEGAL Y JURÍDICA</p>
--	---

La regulación de los medios de comunicación en México



Texto de la segunda versión.



Las publicaciones se resumen en el siguiente cuadro.

PERIODICO	MEDIDAS	TOTALES DE CINTILLOS	TARIFA APROXIMADA	TOTAL (COSTO)
EL HERALDO DE TABASCO	26 cm. X 5.5 cm	42	\$4,000.00	\$168,000.00
LA VERDAD DEL SURESTE	25.5 cm. X 5.5 cm	42	\$5.000,00 Y \$6.000,00	\$211,000.00
LA VERDAD DEL SURESTE	23.7 cm. X 4.5 cm	3	\$5.000,00	\$15,000.00
RUMBO NUEVO	14.7 cm. X 14.3 cm	4	\$15,525.00	\$62,100.00
TABASCO HOY	25.5 cm. X 5.5 cm	41	\$6,000.00	\$246,000.00
	TOTAL DE CINTILLOS	132	TOTAL DE TARIFA APROX.	\$702,100.00

Fuente: Informe de Inserciones en medios de comunicación del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy. Concentrado total de inserciones en medios de comunicación (con costos estimados). Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

Espectaculares

Espectaculares instalados del 18 al 29 de junio de 2009.

No.	DESCRIPCION	UBICACIÓN	ARCHIVO FOTOGRAFICO
1	Publicidad tipo espectacular con medidas aproximadas de 12x12 mts.	Av. Ruiz Cortines a lado del puente Grijalva 1.	
2	Publicidad tipo espectacular montada sobre un puente peatonal, medidas aproximadas 4x12 mts.	Av. Ruiz Cortines frente al parque museo La Venta vista 1.	
3	Publicidad tipo espectacular montada sobre un puente peatonal, medidas aproximadas 4x12 mts.	Av. Ruiz Cortines frente al parque museo la venta vista 2.	
4	Publicidad tipo espectacular montada sobre un puente peatonal, medidas aproximadas 4x12 mts.	Av. Universidad frente a la UJAT vista 1.	
5	Publicidad tipo espectacular montada sobre un puente peatonal, medidas aproximadas 4x12 mts.	Av. Universidad frente a la UJAT vista 2.	
6	Publicidad tipo espectacular con medidas aproximadas de 8x12 mts.	Entrada a Villahermosa de Teapa frente a City Club.	
7	Publicidad tipo espectacular montada sobre un puente peatonal, medidas aproximadas 4x12 mts.	Av. Gregorio Méndez frente al recreativo de Atasta.	
8	Publicidad tipo espectacular con medidas aproximadas de 12x12 mts.	Av. 16 de Septiembre casi frente al PRI	
9	Publicidad tipo espectacular montada sobre un puente peatonal, medidas aproximadas 4x12 mts.	Av. Gregorio Méndez frente al parque de Atasta vista 1.	
10	Publicidad tipo espectacular montada sobre un puente peatonal, medidas aproximadas 4x12 mts.	Av. Gregorio Méndez frente al parque de Atasta vista 2.	
11	Publicidad tipo espectacular con medidas aproximadas de 12x12 mts.	Carretera Villahermosa-Cárdenas Ría. Anacleto Canabal.	

FUENTE: El Procedimiento Administrativo Ordinario Sancionador SCE/OR/AGH/001/2009 y sus acumulados los Procedimientos Administrativos Especiales Sancionadores SCE/PE/EACH/008 y SCE/PE/EDDR/010/2009

La campaña publicitaria del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy objeto de la promoción del Procedimiento Administrativo Sancionador conforme a la estimación hecha por la autoridad electoral, fue de 2 millones 179 mil 932 pesos con 30 centavos. (IEPCT, 2009), como referencia para la valoración de esta cifra cabe citar el presupuesto autorizado al IEPC para la promoción de la participación ciudadana y del voto por el orden de los 5 millones 322 mil 417 pesos con 15 centavos. (Comunicación, 2009)

Del monitoreo de spots realizado por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco entre el 6 de julio y el 4 de agosto de 2009 mediante el cual comparó el pautado de transmisión en radio entre los promocionales del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy y los partidos políticos, se desprende que del total registrado, 2 mil 135 impactos, un 17 por ciento, correspondían a la campaña publicitaria objeto del caso judicial.

En la misma tesitura, el documento que se elaboró pero en materia de seguimiento de las transmisiones de spots en televisión, expuso que el 31 por ciento de los promocionales que se detectaron en el monitoreo pertenecían a la campaña publicitaria en comento.

5.1.1.2. La cobertura informativa

Simultáneamente, se publicaron entrevistas y notas informativas en las que se dio cuenta de sus actividades rumbo a su participación en el proceso de selección interna de su partido, el Partido Revolucionario Institucional, primera fuerza electoral en Tabasco, México, actos que constituyeron una violación a la legislación electoral reformada en el año 2007.

En resumen, se identificaron 191 notas informativas en un periodo de 95 días, de lo que se deduce que durante este lapso tuvo presencia diaria en los medios de comunicación masiva: radio, televisión y periódicos de circulación estatal; a como se percibe del siguiente cuadro. En promedio dos notas informativas eran transmitidas con las declaraciones de De los Santos Bertruy con motivo del proceso electoral.

**REPORTE DIARIO DEL 18 DE MAYO AL 20 DE AGOSTO DE NOTAS INFORMATIVAS TRANSMITIDOS EN RADIO,
TELEVISIÓN Y PRENSA
DEL "DESPACHO DE ABOGADOS HUMBERTO DE LOS SANTOS BERTRUY"**

MAYO																
MEDIO	NOTAS O ENTREVISTAS	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTALES POR MEDIO
RADIO	NOTAS								1							1
TELEVISIÓN	NOTAS															0
PRENSA	NOTAS	1	3		2	1	1			2						10
TOTAL		1	3	0	2	1	1	0	1	2	0	0	0	0	0	11

JUNIO																																
MEDIO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOTALES POR MEDIO
RADIO	NOTAS																															0
TELEVISIÓN	NOTAS	1							1																							2
PRENSA	NOTAS		2		1																											3
TOTAL		1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5

JULIO																																	
MEDIO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTALES POR MEDIO
RADIO	NOTAS													2		1					1	2	2	3				1		2	4	18	
TELEVISIÓN	NOTAS														1		1	1					3	2				6		6	1	6	27
PRENSA	NOTAS														4			1	4		1	2	6	2	1	4		5	4	3	4	41	
TOTAL		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	5	1	1	2	4	0	2	4	11	7	1	4	0	6	6	10	6	14	86

AGOSTO																						
MEDIO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTALES POR MEDIO
RADIO	NOTAS	1					1	4			5	10	2	2			1		1			27
TELEVISIÓN	NOTAS			1			5	2				4	1							1		14
PRENSA	NOTAS	7					4	2	2	2	9	7		3		5				5	2	48
TOTAL		8	0	1	0	0	6	10	2	2	7	23	10	2	3	0	6	0	1	6	2	89

RESUMEN	MAYO	11
	JUNIO	5
	JULIO	86
	AGOSTO	89
	TOTAL	191

Fuente: Bitácora de Diario Informativa: Notas informativas de Humberto De los Santos Bertruy.

La regulación de los medios de comunicación en México



La presencia de Humberto De los Santos Bertruy en los medios de comunicación, originó la presentación de una queja y la integración de los Procedimientos Ordinario y Especiales Administrativos Sancionadores, SCE/OR/AGH/001/2009 interpuesto por el ciudadano Alfredo González Hernández, quien dijo sentirse afectado por este hecho, reclamando actos anticipados de campaña, que afectaban la equidad de la organización de la elección; a los que se anexaron los expedientes identificados como SCE/PE/EACH/008 iniciado por el ciudadano Edgar Alberto De la Cruz Herrera y SCE/PE/EDDR/010/2009 presentado por el ciudadano Ezequiel de Dios Rodríguez.

El Caso Bertruy inició el 27 de junio del año 2009 con la presentación de la queja antes descrita y concluyó el 16 de mayo de 2012, casi tres años se emplearon para un recorrido jurídico por todas las instancias administrativas y jurisdiccionales para alcanzar el estado de tema totalmente agotado y resuelto.

El Caso Bertruy, en el campo del Derecho Electoral, generó la Jurisprudencia 20/2009⁸⁶ y la Tesis V/2010⁸⁷, cuya trascendencia en el ámbito jurídico nacional se centra en las limitaciones, que había y dejaron de existir, a favor de las autoridades electorales de las entidades federativas para poder impugnar los resolutivos de los Tribunales.

Antes del Caso Bertruy, los resolutivos provenientes de autoridades electorales como los Tribunales o el propio IFE, debían ser acatados por las autoridades electorales locales sin posibilidad de solicitar la revisión de la misma y los Procedimientos Administrativos Sancionadores, eran desechados sin entrar al análisis de fondo motivos de la quejas. Después del caso Bertruy, como ya se mencionó, esa condición se modificó.

⁸⁶ Se puede consultar el expediente disponible en la página del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el apartado de Jurisprudencia y Tesis Relevantes: <http://00.23.107.66/siscon/gateway.dll/nJurTes?f=templates&fn=default.htm> consultado el 9 de septiembre de 2010.

⁸⁷ Ídem 40.

El Caso Bertruy, considerado como complejo por el propio Instituto Federal Electoral en el resolutivo emitido por el Acuerdo del Consejo General CG31/2010, de fecha 29 de enero de 2010, confirmó desde el punto de vista jurídico, que hubo un reto a la observancia de la norma electoral en materia de acceso a los medios de comunicación y las disposiciones relativas a los tiempos establecidos para la precampañas e intercampañas electorales del proceso electoral ordinario 2009 en Tabasco.

Estamos ante un caso en el cual hubo contratación de espacios en radio y televisión de parte de un candidato de forma indirecta a través de un despacho de abogados, en el cual él es el socio mayoritario y además el despacho de abogados tiene su nombre.

Es claro por la temporalidad en la que ocurrieron, en la que se difundieron estos promocionales en radio y televisión que buscaban incidir y tener un efecto en la contienda por la candidatura del Partido Revolucionario Institucional al Municipio de Centro, Tabasco, ... (sic)... Es básicamente su despacho quien lo hace, y es claro por el contenido de los mensajes y por la temporalidad y el contexto de que buscan incidir en la contienda.

Entonces, creo que de forma cuidadosa se elabora un argumento sólido para considerar esto propaganda política contratada ilegalmente. (Federación, 2010)

Por un lado, una campaña publicitaria a cargo del Despacho de Abogados Humberto De los Santos Bertruy, centrada en la fisonomía del ciudadano que responde al mismo nombre y por otra parte, los medios de comunicación, que en su momento, manifestaron abiertamente haber consultado a asesores legales y participaron de la campaña publicitaria convencidos de que estar lejos de infringir la ley, y que posteriormente, fueron exonerados por la autoridad federal.

Respaldo también el sentido del Proyecto de Resolución, porque para eximir a los concesionarios de imputarles alguna responsabilidad, porque ciertamente tiene que hacerse una interpretación contextual para poder determinar que es propaganda política y pedir a los concesionarios que la hagan en ese momento, creo que sobrepasa la obligación de debido cuidado que les debemos exigir... (sic)... Se declara infundado el procedimiento administrativo sancionador incoado en contra de las personas morales denominadas "Jasz Radio, S.A. de C.V.", "Comunicaciones Grijalva, S.A. de C.V.", "Radio Teponaztli, S.A.", "Tele Emisoras del Sureste, S.A. de C.V." y "Televisión Azteca, S.A. de C.V.", en términos de lo expuesto en el considerando NOVENO de la presente Resolución. (Federación, 2010)

Con base en lo expuesto en el caso administrativo electoral ventilado en el IFE (Federación T. E., 2010), se emitió una recomendación sobre la participación de los medios de comunicación en el caso Bertruy, pues se establece la violación de la normatividad legal en la materia, pero se les exime de sanción.

La regulación de los medios de comunicación en México



El caso Bertruy comprobó que existió una campaña publicitaria, con un elaborado plan de medios y un presupuesto, que confirmó la presencia de una relación comercial entre los directivos de los medios de comunicación y el político, que en su momento, fue el segundo hombre más importante de la capital tabasqueña.

El 26 de septiembre de 2011, en Sesión Extraordinaria el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco sesionó para concluir el Caso Bertruy, al final, se sanciona a Humberto De los Santos Bertruy y al Partido de la Revolución Democrática y se exoneran a los medios de comunicación involucrados en este expediente judicial. (Estatal, 2011)

Uno de los puntos coincidentes en la presentación de alegatos por parte de los Consejeros fue el expuesto por Antonio Ponce López, quien habla de las limitaciones legales para sancionar los supuestos actos anticipados de campaña, por lo que consideró la procedencia en las multas propuestas del Caso Bertruy para establecer un precedente en el tema.

En esa misma sesión se absuelve al diputado Adán Augusto López Hernández y al senador Arturo Núñez Jiménez, ambos del Partido de la Revolución Democrática, de la posible comisión de actos anticipados de campaña en los primeros Procedimientos Administrativos Sancionadores en discutirse rumbo a la elección del año 2012.

El caso Bertruy concluyó en el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación el 16 de mayo de 2012, cuando esta instancia resolvió los recursos promovidos por Contradicción de Criterios identificados con los números 2,3,4, y 5 del año 2012, cuyo motivación fue solicitar el estudio y análisis de la sentencia emitida por la Sala Regional Xalapa del Juicio de Protección de los Derechos Ciudadanos SX-JDC-554/2012 de fecha 18 de abril de 2012, dándose este tema por agotado y totalmente resuelto.

Humberto De los Santos Bertruy como castigo recibió una multa por 21 mil 950 pesos –modificada de la original de 51 mil 950 por orden del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, al resolver un recurso de fecha del 4 de febrero de 2012- y la negativa de participar como candidato en el proceso electoral ordinario

2009; cuestión que ya había sido consumado. Asimismo, el órgano jurisdiccional razonó sobre la perseverancia de la autoridad electoral en este caso.

Humberto De los Santos Bertruy se postuló de nueva cuenta para el cargo de presidente municipal de Centro en el proceso electoral ordinario, bajo las siglas del partido opositor, el PRD, y ganó la contienda electoral, convirtiéndose en la primera administración municipal en Centro, Tabasco, México; con la que se dio la Alternancia del Poder en esa entidad.

5.1.1.3. La perspectiva del órgano jurisdiccional: 2009

El Tribunal Electoral afirmó que a partir de la reforma electoral 2007 se propició un incremento en la judicialización de los procesos electorales del año 2009, y particularmente, en los temas relacionados con las reglas en materia de acceso a la radio y la televisión.

De ello, dio cuenta la entonces Presidenta de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, María del Carmen Alanís Figueroa al rendir su informe anual de actividades en el año electoral 2008-2009. En el documento publicado en el año 2010 donde se expresa la labor interpretativa de la citada en temas como la Propaganda electoral, Derecho a la información, Régimen de radio y televisión y Procedimiento administrativo especial sancionador.

El Tribunal aprobó en este periodo 33 jurisprudencias y 43 tesis relevantes, lo que representa un 24.59% de incremento respecto al año pasado y 46.15% respecto al 2007. La labor interpretativa de la Sala Superior ha generado importantes criterios que dan orden al sistema electoral. Por mencionar algunos temas, pueden destacarse.

- a) Propaganda electoral.
- b) Derecho a la información.
- c) Régimen de radio y televisión.
- d) Procedimiento administrativo especial sancionador.
- e) Renovación de autoridades electorales.
- f) Equidad de género.
- g) Libertad de expresión. (Figueroa, 2009)

De estas experiencias propuso en abril de 2010 sus consideraciones para promover reformas electorales en materia de acceso a la radio y la televisión, en total sugirió la adecuación a un total de 28 artículos con el objeto, según afirma el documento técnico, de propiciar condiciones de equidad en la contienda electoral.

Un aspecto sobresaliente de la propuesta consistió en dotar a la Comisión de Quejas y Denuncias del IFE la facultad de ordenar como medida cautelar, la suspensión de la difusión en radio y televisión de propaganda política electoral que resulte probablemente violatoria del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. (Federación T. E., 2010)

Para el Tribunal Electoral, el tema de la regulación de los medios de comunicación en la legislación mexicana seguía inconcluso.

Según sus previsiones para el proceso electoral 2011-2012, estimó que “el TEPJF (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación) recibiría alrededor de 6 mil asuntos, lo cual implicaría un crecimiento de 48% con respecto de 2009 y de 77% con respecto de 2006”. (Ramos J. A., 2011) Lo anterior, se dio a conocer en el Informe Anual de Labores 2010-2011, presentado por su magistrado presidente, José Alejandro Luna Ramos.

Antes y después de la Reforma Electoral 2007, los casos judiciales siguieron a la alza, de éstos, en el ciclo 2010-2011, un 24 por ciento de las Jurisprudencias y un 8 por ciento de las Tesis estuvieron relacionados con el tema de la regulación de los medios de comunicación. Los estados en los que se originaron estas situaciones fueron el Estado de México, Quintana Roo, Aguascalientes y Sinaloa.

5.1.2. Caso Mier y Terán 2012

A tres meses para la declaración del inicio del proceso electoral ordinario 2011-2012 en Tabasco, el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco reconoció estar rebasado para atender las quejas que seguían presentando los partidos políticos (Domínguez, 2011), debido a la escasez de recurso humano, además de la tensión que se evidenció entre los funcionarios electorales ante la demanda de pronta resolución de las primeras controversias. (Esquivel, 2011) La judicialización del proceso empezaba a tomar forma.

Los medios de comunicación en el año no electoral 2010 (Burelo, 2010) mantuvieron su comportamiento de alentar las faltas administrativas al orden electoral, en aparente desobediencia a la normatividad al amparo de la defensa de la libertad de expresión y en la víspera del inicio del proceso electoral ordinario 2011-2012.

Los medios de comunicación persistían en este tipo de conducta y el Partido Revolucionario Institucional, en voz de su representante ante los órganos electorales Martín Darío Cazarez Vázquez advirtió a sus militantes de aplicar las mismas sanciones del Caso Bertruy, en caso de violentar la ley electoral.

Señaló que en el caso concreto de Humberto de los Santos Bertruy, quien ya fue sancionado en el pasado por su partido, si se le vuelve a comprobar le pasará lo mismo; es decir, le negarán su registro como aspirante a la candidatura de Centro.

"Se le tendrá que aplicar los medios intrapartidistas conducentes, cualquier persona que realice actos anticipados de campaña y precampaña dentro del PRI estará sujeto a sanciones, acuérdense que en el proceso del 2009 a Humberto de los Santos se le negó el registro como aspirante de Centro toda vez que se le acreditaron actos anticipados de campaña, abundó.(Marín, 2011)

Para el momento en que se procedió a las precampañas electorales dos casos similares protagonizaron Jaime Mier y Terán Suárez y Gerardo Priego Tapia, ambos aspirantes a las candidaturas a Gobernador del Estado; el primero por el Partido Revolucionario Institucional, y el segundo, por el Partido Acción Nacional, ambos fueron objeto de Procedimientos Administrativos Sancionadores, cuyos argumentos llegaron a la última instancia, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

En el caso contra Jaime Mier y Terán Suárez, el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco recibió una queja misma que posteriormente se identificó como SCE/PE/JLGL/003/2012 que presentó el 7 de febrero de 2012 el ciudadano José Luis Garciliano López, por presuntos actos anticipados de precampaña con motivo de la elección de Gobernador del Estado en Tabasco, México; y en la que se presumió la vulneración del principio de equidad.

En el desarrollo del procedimiento, el quejoso expuso la utilización de los medios de comunicación en los que, a decir del denunciante, se percibía el uso de la Fundación Isabel de la Parra A.C., Alianza por Tabasco; de la que Mier y Terán era su presidente a través de spots de radio y televisión y la distribución de artículos publicitarios; en los que se inscribieron mensajes invitando a los receptores a subir a

La regulación de los medios de comunicación en México



un cambio, en tanto que, el denunciado aparecía junto a personalidades del espectáculo o por sí mismo en un vehículo, metáfora del cambio.

El denunciante, José Luis Garciliano López, por su propio derecho habló en el procedimiento y presentó pruebas supervenientes como un morral de plástico con la caricatura de su persona sentado en un jeep, un folleto en el que se exponen acciones que emprendería en caso de ser gobernador del estado y un recibo por el pago de salarios como servidor público adscrito a la Secretaría de Salud.

En total, el expediente consta de 59 pruebas, de las cuales, 27 son grabaciones de spots de televisión y radio; sus respectivas transcripciones, así como notas informativas publicadas en periódicos locales, propuestas de cambio para Tabasco difundidas en un portal de internet identificado como www.alianzaportabasco.org y una bolsa tipo morral; compilados de entre el 3 de diciembre de 2011 y el 23 de enero de 2012.

De los spots de radio y televisión, se destacó la presencia de los artistas nacionales Adal Ramones, Juan Carlos Colombo y Laura León.

De todos estos al dar cuenta de ello, el inconforme pidió a la autoridad electoral que consideren la ratificación de su demanda, se valoren las probanzas y salvaguarde los principios rectores de certeza, legalidad, objetividad, imparcialidad, que deben prevalecer en la organización del proceso electoral ordinario.

Por parte del denunciado, Jaime Mier y Terán y de la denunciada, Fundación Isabel De la Parra de Madrazo, Alianza por Tabasco, reinó el silencio, pues si bien se acudió, hasta un tanto retrasado, su portavoz, Marco Antonio Islas Colín, al no poder comprobar su personalidad jurídica, se quedó sin poder manifestarse.

De parte del PRI, que también señalado, habló Oscar Armando Castillo Sánchez, quien como prueba aportó el comunicado emitido por su partido vía internet, de fecha 13 de febrero de 2012, por medio del cual, le solicitó a su militancia mantenerse en observancia de la normatividad electoral.

No sin antes omitir, que para su partido le parece un exceso que se la haya involucrado en el caso cuando en el escrito de demanda no aparece.

Por parte de la autoridad electoral, en el ejercicio de sus funciones y atribuciones para el desarrollo del procedimiento, aportó una inspección ocular del portal de internet mencionado, los oficios de respuesta de los medios de comunicación implicados en el caso y el informe detallado del Departamento de Comunicación Social. (López C. d., 2012)

5.2.1.1. La campaña publicitaria

Radio

La campaña publicitaria consistió en spots transmitidos en las estaciones radio Jasz Radio, S.A. de C.V., concesionaria de la emisora identificada con las siglas XEVT-AM 970; Comunicaciones Grijalva, S.A. de C.V., concesionaria de la emisora identificada con las siglas XHJAP-FM 90.9, y Radio Tabasco, S.A. de C.V., concesionaria de la emisora identificada con las siglas XEVA-AM 790. Entre el 13 de diciembre de 2011 y el 23 de enero de 2012. Versión estenográfica del spot publicitario promocionando centro de acopio de la Fundación “Isabel de la Parra de Madrazo” A.C⁸⁸.

Muchos tabasqueños necesitan nuestra ayuda en la Fundación Isabel de la Parra hemos instalado un centro de acopio. Acude a Samarkanda 103 Fraccionamiento Oropeza, tu aportación es importante. Porque juntos somos más fuertes. Jaime Mier y Terán, Presidente de la Fundación Isabel de la Parra, alianza por Tabasco...



Centro de Acopio Fundación Isabel de la Parra



Centro de Acopio Fundación Isabel de la Parra

Fuente: Video promocional. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=JPcFjprfS7Y> Consultado el 12 de agosto de 2015

⁸⁸ Cfr. Jaime Mier y Terán promoción del centro de acopio de la Fundación Isabel de la Parra de Madrazo. Video disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=JPcFjprfS7Y> Consultado el 12 de agosto de 2015.

Versión del spot en radio, proveniente del spot de televisión que a continuación se detalla en el siguiente punto.

Hola que tal, somos el maestro Juan Carlos Colombo y su servidor Adal Ramones y Jaime y la Fundación Isabel de la Parra, nos invitaron a subirnos al cambio.

Súbete al cambio, ¿qué esperas? Jaime Mier y Terán. Súbete al cambio. Fundación Isabel de la Parra, Alianza por Tabasco...

Televisión

La campaña publicitaria en televisión consistió en la transmisión en señal abierta de spots patrocinados por la Asociación Civil "Isabel de la Parra de Madrazo" A.C. En la que participaron figuras del espectáculo como el conocido conductor, Adal Ramones y actor de trayectoria, Juan Carlos Colombo. En Tele Emisoras del Sureste, S.A. de C.V.(Televisa), concesionaria de la emisora identificada con las siglas XHTVL-TV Canal 9; y Televisión Azteca, S.A. de C.V., concesionaria de la emisora identificada con las siglas XHVIH-TV Canal 11. Entre el 13 de diciembre de 2011 y el 23 de enero de 2012.

Versión estenográfica del spot publicitario⁸⁹

Hola que tal, somos el maestro Juan Carlos Colombo y su servidor Adal Ramones y Jaime y la Fundación Isabel de la Parra, nos invitaron a subirnos al cambio.

Súbete al cambio, ¿qué esperas? Jaime Mier y Terán. Súbete al cambio. Fundación Isabel de la Parra, Alianza por Tabasco.

⁸⁹ Cfr. Mier y Terán y Adal Ramones. Spot publicitario. Video disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=9KzJDwHbvGk> Consultado el 12 de agosto de 2015.



Adal Ramones y Juan Carlos Colombo se suben al cambio de Jaime Mier y Terán

Fuente: Video promocional en: <https://www.youtube.com/watch?v=9KzJDwHbvGk> Consultado el 12 de agosto de 2015

Otro spot en este sentido, fue en el que participó la actriz y cantante, de origen tabasqueño: Laura León⁹⁰; conocida por su recurrente frase: Tesoros para dirigirse a sus seguidores.

Versión estenográfica

Tesoritos les saluda con mucho amor su amiga Laura León, yo paisanos ya me subí al cambio ¿y ustedes? Aquí estamos con Jaime. Hay que apoyarlo, tú también súbete al cambio, fundación Isabel De la Parra, Alianza por Tabasco.



Fuente: Video promocional en: https://www.youtube.com/watch?v=L_4C8-nPS0 Consultado el 12 de agosto de 2015.

⁹⁰ Cfr. Mier y Terán y Laura León. Spot publicitario. Video disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=L_4C8-nPS0 Consultado el 12 de agosto de 2015.

Un tercer promocional fue el relativo a la difusión de los foros consulta organizado por la citada Fundación.

Versión estenográfica

Tabasco necesita un cambio de rumbo, el doctor Jaime Mier y Terán a través de la Fundación Isabel de la Parra te invita a participar en los foros de consulta, de empleo, seguridad, transparencia, bienestar social, apoyo a mujeres y medio ambiente, recorramos el camino hacia un nuevo Tabasco, mayores informes en www.alianzaportabasco.org.

5.2.1.2. La cobertura informativa

En el caso judicial como pruebas técnicas se ofrecieron las grabaciones y testigos de notas periodísticas de las que se reprodujeron fragmentos de notas informativas, publicados dentro del 13 de diciembre de 2011 y 23 de enero de 2012, en las estaciones de radio y televisión en las que también se difundieron los spots publicitarios; así como en periódicos de circulación estatal.

Entrevistas en radio

Los textos que se reproducen forman parte de la relatoría de la audiencia de pruebas y alegatos desahogada en este caso. En total, 12 entrevistas radiofónicas.

De fecha 13 de diciembre de 2011, en el programa radiofónico Telereportaje en un horario de 07:00 -10:00 horas, el periodista Jesús Sibilla Oropesa entrevistó a Jaime Mier y Terán donde manifestó:

JMYT: Nosotros vamos a participar en el proceso sea cual sea el procedimiento que el partido indique...

De fecha 20 de diciembre de 2011, la entrevista realizada en el programa radiofónico Tabasco Hoy Radio Matutino en horario de 06:30- 10:00 horas, conducido por Juan Urcola, fue entrevistado el denunciado Jaime Mier y Terán Suárez, donde señaló lo siguiente.

...JMYT: Yo fui secretario de Salud en el Estado, fui diputado local como todo mundo ya sabe dirigí un Hospital y bueno yo ahora he sido considerado por mi partido entre los 10 aspirantes al gobierno del estado, pues cosa que me llena de orgullo lo voy a llevar hasta el final de la contienda.

JMYT: No tengo absolutamente ningún interés ni ser diputado local ni diputado federal, ni senador, ni algún otro cargo público ni administrativo ni de elección popular, quiero buscar con seriedad la aspiración de ser Gobernador del Estado de Tabasco...

De fecha 28 de diciembre de 2011, la entrevista realizada en el programa radiofónico XEVA Segunda Edición, difundida en un horario de 13:00 a 15:00 horas, conducido por Pedro Cano Olán, el denunciado Jaime Mier enunció:

JMYT: ¿Por qué quiero gobernar Tabasco?, porque tengo una propuesta con mucho respeto a quienes aprecio y quiero mucho, que son mis compañeros de partido, yo no he oído propuestas, tenemos que dejar de pensar de ganar una elección para un porcentaje o para un grupo político, tenemos que pensar en ganar una elección para Tabasco, para el futuro de Tabasco, tenemos que ver que vamos a hacer con la inseguridad, que vamos a hacer con el desempleo, con la falta de inversiones, que vamos a hacer con la falta de créditos para las gentes que quieren invertir con las oportunidades de nuevas empresa en Tabasco, que vamos a hacer con el tema del agua que tanto nos ha afectado, que vamos a hacer con el campo tabasqueño, que vamos a hacer con nuestros mujeres que necesitan más oportunidades...

De fecha 29 de diciembre de 2011, la entrevista realizada en el programa radiofónico XEVA Noticias Primera Edición, en un horario de 06:30 a 08:45 horas, conducido por Pedro Cano Olán, en el que el denunciado Jaime Mier y Terán Suárez, expreso:

...JMYT: no hay absolutamente ningún precepto en los estatutos que me permita participar, me siento bien posicionado en toda las encuestas que yo he visto pero aunque no fuera así o aunque uno de los aspirante no estuviera bien posicionado en las encuestas las encuestas no están contempladas en los estatutos del partido, debemos participar todos en la convención de delegados, seleccionar con bases firmes equitativas, transparentes al mejor posicionado y a ese vamos a apoyar en el caso de no ser nosotros elegidos...

De fecha 9 de enero de 2012, la entrevista de Jaime Mier y Terán, realizada en el programa radiofónico Tabasco Hoy Radio Matutino, en un horario de 06:30 - 10:00 horas, conducido por Juan Urcola, el ciudadano Jaime Mier y Terán, mencionó:

La regulación de los medios de comunicación en México



...JMYT: no, Juanito y perdóname pero ahí estoy yo en contra, creo que a la gente no le interesan los candidatos, le interesa como vamos a resolver los problemas, los muchos problemas que tenemos en Tabasco...

De fecha 10 de enero de 2012, la entrevista realizada a Jaime Mier y Terán, ten el programa Radiofónico Tabasco Hoy Radio Matutino, en horario de 06:30 a 10:00 horas, conducido por Juan Urcola, Jaime Mier y Terán Suárez en lo conducente manifestó:

...JMYT: yo sí creo que debe haber un candidato de unidad, ojala antes de que eso ocurra se pueda construir la unidad porque yo estoy pensando en Tabasco, insisto, debemos ir con la propuesta por delante con el cómo resolver los problemas de Tabasco que es lo que quiere la gente...

De fecha 11 de enero de 2012, la entrevista realizada en el programa radiofónico Telereportaje, transmitido en un horario de 07:00 a 10:00 horas en la que el ciudadano Jaime Mier y Terán, señala:

..JMYT: Yo me voy a inscribir al proceso y voy asegurarme que las condiciones en que la convención de delegados elija al candidato del partido sean de manera incluyente, equitativa y legal, apegado a los estatutos del partido a las leyes y a los preceptos constitucionales...

De fecha 12 de enero de 2012, la entrevista realizada el 12 de enero de 2012, en el programa radiofónico Tabasco Hoy Radio Matutino, difundido en un horario de 06:30 a 10:00 horas en la que Jaime Mier y Terán Suárez manifestó:

...JMYT: yo pienso Juanito que vamos a entrar en una contienda muy competitiva en la búsqueda del gobierno del estado de Tabasco para el próximo sexenio de manera que tenemos que buscar la unidad esa unidad que no se ha construido y no se ha construido pienso yo porque estamos utilizando métodos equivocados no incluyentes.

JMYT: cómo vamos a convencer a la gente que somos un PRI diferente con una propuesta clara, sencilla entendible de cómo y porque vamos a hacer un Tabasco más seguro, con más empleos, con menos problemas con el agua, con un campo de más oportunidades y con mejor educación...

De fecha 16 de enero de 2012, la entrevista realizada en el programa radiofónico Telerreportaje en horario de 07:00 a 10:00 horas conducido por Jesús y Emmanuel Sibilla, Jaime Mier y Terán declaró:

..JMYT. La única diferencia es que nosotros tenemos encuestas de los diez y sabemos que posición ocupa cada uno por lo tanto se nos hace incomprensible cual fue el método de selección de los 5 finalistas....

De fecha 21 de enero de 2012, la entrevista realizada en el programa radiofónico XEVA Primera Edición, el cual fue transmitido en un horario de 06:45- 08:00 horas conducido por Pedro Cano Olán, el denunciado Jaime Mier en lo medular declaró:

...JMYT: mi aspiración sigue siendo ser el candidato del PRI al Gobierno del Estado de Tabasco porque tengo una propuesta tengo el apoyo de mucha gente y tengo la experiencia y la convicción y la mano firme para gobernar Tabasco esa es mi intención y vamos en ese camino, con el respeto absoluto a la unidad del partido y a las normas...

De fecha 23 de enero de 2012, la entrevista transmitida en el programa radiofónico Telereportaje, en un horario de 07:00 a 10:00 horas conducido por Jesús Sibilla, el ciudadano Jaime Mier y Terán Suárez manifestó:

...JMYT: yo estoy absolutamente de acuerdo a darle paso a quien tenga más preferencias que yo por cualquier puesto de elección popular, no solo por la candidatura al gobierno del estado que es lo que yo estoy buscando, siempre y cuando este se dé en un entorno de legalidad...

De fecha 23 de enero de 2012, la entrevista realizada en el programa radiofónico Tabasco Hoy Vespertino, en horario de 14:00 a 16:00 horas conducido por Juan Urcola, en la que el denunciado Jaime Mier y Terán declaró:

...JMYT: Por eso tenemos que estar los políticos a la altura de la nueva democracia y de los nuevos tiempos que estamos viviendo si no estamos pensando primero en una educación competitiva a nivel internacional, y estamos pensando en que yo quiero ser el candidato...

Entrevistas en televisión

Los textos que se reproducen forman parte de la relatoría de la audiencia de pruebas y alegatos desahogada en este caso. En total, 5 entrevistas radiofónicas.

De fecha 19 de diciembre de 2011, la entrevista transmitido en el programa televisivo Notinueve Nocturno, en un horario de 19.00-20:00 horas conducido por

La regulación de los medios de comunicación en México



Juan Carlos Huerta en el que entrevistó al denunciado Jaime Mier y Terán Suárez, quien en lo sustancial manifestó:

...JMYT: Súbete a cambio es hoy el grito de esperanza de miles de tabasqueños y tabasqueños que quieren un mejor futuro.

JMYT: Tengo la experiencia como servidor público para llevar a Tabasco en los primeros lugares, soy un hombre honesto y creo que el combate a la corrupción es la piedra fundamental donde deberá cimentarse el nuevo Tabasco...

De fecha 20 de diciembre de 2011, la entrevista realizada a Jaime Mier y Terán Suárez, en el programa televisivo Hechos Meridiano, transmitido en horario de 14:30 a 15.00 horas conducido por José Raúl Reyes, se entrevistó al denunciado Jaime Mier y Terán Suárez y en lo que importa dijo:

...JMYT: Tabasco necesita un gobierno fuerte y eficiente pero también una sociedad civil más participativa y tratamos en términos generales son muchas las opiniones muchas las soluciones para Tabasco, pero tratamos de resumirlas en 10 grandes puntos (seguridad, educación, agua, cuestión ecológica, mujeres tabasqueñas, inversión, empleo y honestidad, transparencia y combate a la corrupción.)...

De fecha 20 de diciembre de 2011, la entrevista realizada a Jaime Mier y Terán Suárez, en el programa Notinueve Nocturno, transmitido en un horario de 19.00 a 20:00 horas conducido por Juan Carlos Huerta, que en lo sustancial refiere:

...JMYT: Tabasco necesita un gobierno fuerte y eficiente, tenemos que hacer una alianza por la seguridad, necesitamos si un mejor policía, si un mejor sistema de readaptación social, pero también nuevas propuestas y oportunidades para los jóvenes...

...JMYT: necesitamos una nueva visión de la educación en Tabasco, necesitamos que ni un niño se quede atrás todos aquellos niños que por alguna razón estén rezagados en su educación tienen que tener apoyo adicionales para emparejar al resto de los grupos...

De fecha 10 de enero de 2012, la entrevista transmitida en el programa televisivo Notinueve Nocturno realizada a Jaime Mier y Terán Suárez, por Juan Carlos Huerta, en un horario de 19:00 a 20:00 horas que en lo que importa, se señala:

...JMYT: La manera de participar en las contiendas internas en la búsqueda de una candidatura con claridad, lo establecen los estatutos,

debe ser incluyente y debe permitir el acceso a todos los que sean elegibles, en mi caso yo soy elegible...

JMYT: Yo voy a participar y voy a impugnar en caso de que esta participación no se me permita en esas condiciones de equidad y legalidad...

De fecha 19 de enero de 2012, la entrevista realizada a Jaime Mier y Terán Suárez en el programa televisivo Notinueve Nocturno, en horario de 19:00 a 20:00 horas conducido por Juan Carlos Huerta, el denunciado declaró:

...JMYT: en la contienda real del Partido que es aquella que definirá a través de la convención de delegados, quien es el candidato para buscar la gubernatura del estado el 1 de julio de manera pues va a dar un resultado no se cual sea, la disposición de los que han sido encuestados de conformar a partir de eso un solo aspirante de unidad pero desde luego yo eh oído voces de varios de ellos que de cualquier manera se van a inscribir al proceso...

Notas informativas en prensa

Los textos que se reproducen forman parte de la relatoría de la audiencia de pruebas y alegatos desahogada en este caso. En total, 8 notas informativas.

Nota publicada el día 13 de diciembre de 2011, en el diario Rumbo Nuevo, en la página 5 de la sección Región la cual lleva por título "El pueblo es el que manda":

...El futuro de Tabasco lo vamos a decidir lo tabasqueños enfatizo Jaime Mier y Terán tras sostener en aquel municipio de la Chontalpa un convivio con el dirigente de la organización.

Carlos Fabián Torruco Dagdud aseveró que Jaime Mier y Terán es una persona con una enorme sensibilidad humana y si logra la candidatura – que así va hacer, sostuvo- "de lo que menos se va a valer es de la fundación "Isabel de la Parra", porque es el pueblo y su gente quien lo respalda.

En el evento se entregaron diversos apoyos sociales que fueron gestionados por la "Fundación Isabel de la Parra, Alianza por Tabasco"...

Nota publicada el día 20 de diciembre de 2011, en el diario Día a día, Avance Tabasco en la página 4, titulada "Tenemos que privilegiar la unidad entre todos: Mier y Terán", misma que señala:

..El aspirante a la gubernatura de Tabasco Jaime Mier y Terán Suarez, indico que en relaciona los que tienen las mismas aspiraciones de lograr la candidatura del PRI al gobierno, tenemos que privilegiar la unidad entre todos

La regulación de los medios de comunicación en México



También menciona lo siguiente: “yo voy hasta el final”, tengo capacidad, tengo convocatoria popular, tengo experiencia administrativa, tengo honestidad y honradez probada, yo voy hasta el final....

Voy hasta el final en la candidatura del gobierno de Tabasco...

Nota publicada el día 20 de diciembre de 2011, en el diario Novedades de Tabasco, en la página 3 de la Sección Local, titulada “Firme en unidad con el PRI: JMT”, misma que en lo sustancial dice.

...El aspirante a la candidatura del Gobierno del Estado por el PRI Jaime Mier y Terán se dijo dispuesto a sumarse al proyecto de quien sea beneficiado con el título.

Afirmó que la declinación no está dentro de su vocabulario, por tanto ira hasta el final.

Voy hasta el final pero no voy a fracturar al partido...

Nota del día 29 de diciembre de 2011, del diario El Herald de Tabasco en página 4, cuyo título es: “Si me niegan participación en proceso interno iré legalmente”, que en lo medular dice:

...El aspirante a la candidatura del Partido Revolucionario Institucional Jaime Mier y Terán afirmo que si el partido le niega participación ejercerá sus derechos como militante.

Refirió que de haber cargada, imposición o dedazo, los priistas están condenados al fracaso..

...todas las encuestas que he revisado me ubican en los cuatro primeros lugares....

Nota publicada el día 11 de enero de 2012, en el diario Novedades de Tabasco, en las páginas 15 y 16, con el título “Investigación para desarrollo: Mier y Terán” y la nota en diario Rumbo Nuevo, visible en la página 11, intitulada “Apostarle a la generación del conocimiento”, notas periodísticas que en su contenido son idénticas y que en lo sustancial señalan lo siguiente:

...Tras puntualizar que el Gobierno debe tener como política pública fundamental apostarle a la generación y difusión del conocimiento, el Presidente de la fundación “Isabel de la Parra, Alianza por Tabasco”, Jaime Mier y Terán destaco el trabajo de los investigadores y patrocinadores del proyecto.....

Mier y Terán dijo que de lo que se trata, “es de consagrar nuestro recurso más importante: el agua de Tabasco....

Nota publicada el día 24 de enero de 2012, en el diario Rumbo Nuevo, en su página 10, bajo el título “Voy por la gubernatura, insiste Mier y Terán” y que en lo sustancial refiere:

...Voy a inscribirme a la convención de delegados porque voy por la gubernatura por lo que busco es ser Gobernador de Tabasco, enfatizo Jaime Mier y Terán...

Cada día que pasa se sigue caminando por el rumbo equivocado; en el PRI no tenemos precandidato tenemos una reunión cupular que hizo encuesta...

Tenemos que construir la unidad, construyámosla entre todos, como podemos construir un candidato solido, un candidato triunfador, una propuesta que convenza, si dejamos esto para el final, la gente no nos va a creer y si la gente no nos cree no va a votar por nosotros...

Nota publicada el día 03 de febrero de 2012, en el diario Olmecca, en la página 4 de la sección Local, bajo el título “Insiste Mier en ir a convención Priista”, la cual en lo importante señala:

...El aspirante al gobierno del estado Jaime Mier y Terán se dijo abierto al dialogo con el virtual candidato al gobierno Jesús Alí de la Torre, sin embargo descarto que haya llegado a algún acuerdo y que vaya a aceptar otro cargo como premio de consolación.

Voy a ir hasta el final por dos cosas, primero porque en México, en Tabasco y en PRI se promueven y se privilegian los valores...

La autoridad electoral encontró elementos para imponer una sanción económica al denunciado, decisión que fue tomada el 27 de febrero de 2012 y que fue revertida por el Tribunal Electoral de Tabasco en la resolución de fecha 23 de marzo de 2012 al resolver el Recurso de Apelación identificado con la clave de expediente TET-AP-28/2012-III. Al final si hubo falta administrativa a la ley electoral, quedó sin sanción. Mier y Terán Suárez, en ese año, quedó al margen de la competencia al interior de su partido –el Revolucionario Institucional– para contender por la candidatura a Gobernador del Estado⁹¹.

⁹¹ Cfr. “Ya tengo las firmas” para ser precandidato: Jaime Mier y Terán. Deplora que Peña y Coldwell le hayan alzado la mano a Alí cuando “todavía no es candidato” VILLAHERMOSA, TABASCO. 13 DE MARZO DE 2012. Pese a las piedras en el camino que me pusieron, “ya tengo las firmas” suficientes para que se me permita inscribirme como precandidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) al gobierno del estado, aseguró el presidente de la Fundación Isabel de la Parra-Alianza por Tabasco, Jaime Mier y Terán Suárez. Señaló que tiene el suficiente respaldo de los priístas, al menos más de 4 mil firmas que representan el diez por ciento del listado, a pesar de que la dirigencia estatal del tricolor nuevamente le entregó un padrón mutilado y sin domicilios de los militantes, lo que constituye una “burla” a la orden del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPF), que la semana pasada mandató que se le otorgara la lista de afiliados con las direcciones de sus viviendas. Mier y Terán Suárez criticó que el precandidato presidencial, Enrique Peña Nieto, y el dirigente nacional, Pedro Joaquín Coldwell, le hayan levantado recientemente –por separado– la mano a Jesús Alí de la Torre como candidato del PRI al gobierno, dejando a los

Coincidente con la determinación del entonces Consejo General del IFE, el Consejo Estatal al resolver el mismo caso por la vía del Procedimiento Especial, el 14 de noviembre de 2012, la supuesta falta cometida por Jaime Mier y Terán, la asociación civil y los medios de comunicación fue infundada. Punto final a este caso judicial.

RESOLUCIÓN

PRIMERO.- Se declara infundado el Procedimiento Especial Sancionador incoado en contra del C. Jaime Mier y Terán Suárez (otrora precandidato del Partido Revolucionario Institucional a la gubernatura tabasqueña), en términos de lo señalado en los Considerandos NOVENO y DÉCIMO del presente fallo.

SEGUNDO.- Se declara infundado el Procedimiento Especial Sancionador incoado en contra de la Fundación Alianza por un Tabasco Nuevo, A.C., en términos de lo señalado en el Considerando DÉCIMO del presente fallo.

TERCERO.- Se declara infundado el Procedimiento Especial Sancionador incoado en contra de las personas morales denominadas: 1.- Tele Emisoras del Sureste, S.A. de C.V., concesionaria de la emisora identificada con las siglas XHTVL-TV Canal 9; 2.- Televisión Azteca, S.A. de C.V., concesionaria de la emisora identificada con las siglas XHVIH-TV Canal 11; 3.- Jasz Radio, S.A. de C.V., concesionaria de la emisora identificada con las siglas XEVT-AM 970; 4.- Comunicaciones Grijalva, S.A. de C.V., concesionaria de la emisora identificada con las siglas XHJAP-FM 90.9, y 5.- Radio Tabasco, S.A. de C.V., concesionaria de la emisora identificada con las siglas XEVA-AM 790, en términos de lo señalado en el Considerando NOVENO del presente fallo.

demás aspirantes en estado de indefensión. Allí de la Torre “todavía no es candidato”, pues debe reponerse el proceso interno para seleccionar abanderado del PRI al gobierno, dijo el ex secretario de Salud. En el proceso impugnado salió ganador el alcalde con licencia de Centro, quien desde el inicio contó con el apoyo descartado de las dirigencias nacional y estatal, para después ser oficializado como abanderado en una Convención de Delegados. A Mier y Terán Suárez se le negó el registro como precandidato por no contar con el apoyo de ningún sector u organización priísta, y no lograr reunir el diez por ciento de las firmas de militantes, pues el PRI no le otorgó bien la lista. El ex secretario de Salud adelantó que avisará al TEPJF que el PRI no está cumpliendo con su sentencia de que se le proporcionara el padrón con los domicilios de los militantes, y consideró que el listado está “mutilado”, pues no es posible que sea sólo de 40 mil 190 personas, siendo el tricolor el partido más antiguo. Ese número, dijo, es seis veces menor al padrón del PRD que es de 250 mil militantes, lo cual de ser así sería preocupante. Comentó que en el padrón que le entregó el PRI no aparece su hijo Santiago, tampoco su suegra ni muchos de sus colaboradores a los que él personalmente llevó a afiliar. También acusó que el PRI estatal, todavía en la dirigencia de Miguel Romero Pérez, mandó brigadas a los municipios para presionar a la militancia para que no le diera las firmas. Entre la militancia del tricolor hay un “rechazo rotundo” a las prácticas tramposas en que incurrían las cúpulas del partido, subrayó. Nota informativa de Juan Manuel Diego publicada en el portal del periódico La Verdad del Sureste del 13 de marzo de 2012. Disponible en <http://www.la-verdad.com.mx/ya-tengo-las-firmas-ser-precandidato-jaime-mier-y-teran-31305.html> Consultado el 12 de agosto de 2015.

CUARTO.- Se declara infundado el Procedimiento Especial Sancionador incoado en contra del Partido Revolucionario Institucional, en términos de lo señalado en el Considerando UNDÉCIMO del presente fallo.

QUINTO.- En términos de lo dispuesto en el artículo 42 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación el recurso que procede en contra de la presente determinación es el denominado “recurso de apelación”, el cual según lo previsto en los numerales 8 y 9 del mismo ordenamiento legal se debe interponer dentro de los cuatro días contados a partir del día siguiente a aquél en que se tenga conocimiento del acto o resolución impugnado, o se hubiese notificado de conformidad con la ley aplicable, ante la autoridad señalada como responsable del acto o Resolución impugnada. (Leonardo Valdez Zurita y Edmundo Jacobo Molina, 2012, pág. 120)

5.1.3. Caso Priego Tapia 2012

En el caso del PRI en contra de Gerardo Priego Tapia y su partido Acción Nacional, el 26 de febrero de 2012, el partido in situ presentó queja en el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco para denunciar presuntas violaciones a la normatividad electoral por la posible comisión de actos anticipados de campaña y propaganda electoral, recurso al que se le asignó la clave SCE/PRI/006/2012.

El expediente cuenta con 55 pruebas provenientes de notas periodísticas publicadas en diarios de circulación local, transmitidos en noticieros en radio y televisión, la difusión de una página web, la colocación de espectaculares y pendones, así como del uso del perifoneo para promocionar el programa “Propuestas y Soluciones” en la XEVA y su vinculación con la propaganda electoral durante el periodo de precampañas electorales.

Las pruebas y los alegatos

Mario Alberto Alejo García por el PRI resumió que el motivo de la Queja de su partido por la posible comisión de actos anticipados de precampaña y campaña electoral por los hechos relacionados con la difusión y transmisión del programa radiofónico a través de la estación XEVA “Propuestas y Soluciones” y la vinculación con la propaganda electoral durante el periodo de precampañas, en ambos casos, el personaje central fue Gerardo Priego Tapia.

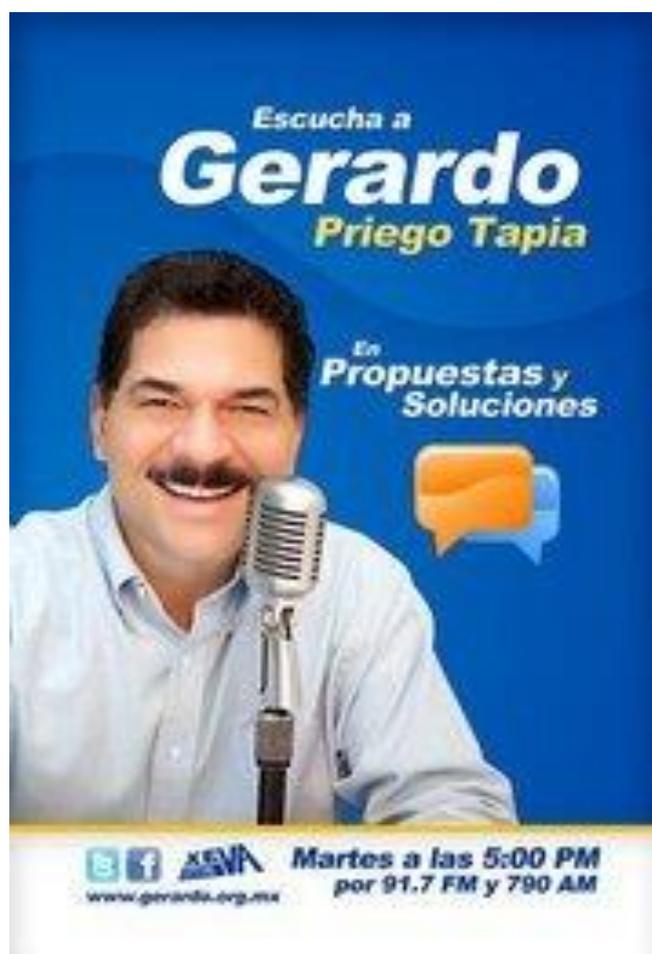
A decir del denunciante, de estudiarse a fondo las pruebas que presentaron, 55 en total, se puede desprender la promoción personalidad y las coincidencias en el uso de elementos en la composición plástica y textual, que supuestamente evidencian la fijación con colores del PAN.

Además que la propaganda comercial fue colocada en los mismos espacios en los que se ubicó la propaganda electoral para la precampaña de Gerardo Priego Tapia. Hechos a los que calificaron como públicos y notorios.

Con base en estos elementos, Guadalupe Estrada Gallegos, pidió a la autoridad que revisen, estudien y resuelven este caso observando los precedentes que asentó el caso de Humberto De los Santos Bertruy. (Caso-Gerardo Priego, 2012)

5.1.3.1. La campaña publicitaria

La campaña publicitaria consistió en la difusión en vehículo móviles de publicidad de la empresa MUVIT y la colocación en parabuses en estaciones para el ascenso y descenso de usuarios del servicio público de transportes en diversas avenidas Paseo Tabasco y 27 de febrero; que circundan el centro de la ciudad de Villahermosa de la publicidad del programa de radio a cargo de Gerardo de Priego Tapia transmitido por la estación XEVA, llamado propuestas y soluciones.



El mensaje también se reprodujo en internet, el quejoso presentó como prueba de ello, la fe notarial bajo el Instrumento Público número 3745, de fecha siete de julio de dos mil once, de Leonardo de Jesús Sala Poisot, Notario Público No. 32 de la ciudad de Villahermosa, Tabasco, a efecto de que diera fe de la existencia y contenido de una página en la internet (<http://www.gerardo.org.mx/>) de Gerardo Priego Tapia.

Además de espectaculares, también ahí el PRI acreditó lo anterior, con la fe notarial bajo el Instrumento Público número 3775 de fecha 3 de agosto del año dos mil once, de Leonardo de Jesús Sala Poissot, Notario Público número 32 de la ciudad de Villahermosa, Tabasco; estableciendo como la temporalidad de estas publicaciones del 1 de mayo al 3 de agosto del año dos mil once.

El alegato central de quien interpuso la demanda fue en el sentido de analizar la existencia de una propaganda electoral simulada de publicidad comercial, cuyo fin era en ese entonces, posicionar la fisionomía de Gerardo Priego Tapia en el electorado en su pretensión por la candidatura al gobierno del estado de Tabasco en el año 2012.

se denuncia una propaganda que está ubicada en avenida veintisiete de febrero y paseo tabasco, para mayor referencia en frente de la catedral, ahí se encontraba la propaganda del denunciado que hacía alusión a su programa de radio; sin embargo, al momento de iniciar las precampañas, que es del quince de febrero al primero de marzo, evidentemente la propaganda del programa de radio fue retirada y en consecuencia fue insertada una propaganda de Gerardo Priego Tapia, pero ya con su eslogan de candidatura, en este caso también hay que tomar en consideración lo siguiente: los mismos elementos que fueron utilizados en la propaganda de su programa de radio, fueron empleados en su propaganda electoral, ¿por qué? si uno estudia o analiza las dos propagandas, va a ver lo siguiente, a Gerardo Priego Tapia vestido de azul, con un fondo azul, evidentemente nuestro máximo juzgador comicial a establecido en diversos criterios, que la propaganda electoral no debe tener características de una propaganda comercial, ¿por qué? porque el electorado evidentemente lo identificó previamente, obviamente si ya identificas a Gerardo Priego Tapia de un programa de radio, que caso tiene que los mismo elementos los utilices para resaltar sus atributos y en consecuencia la ciudadanía lo advierta y en lugar de tenerlo ya como un locutor, lo tiene como un precandidato, en este caso candidato porque la propaganda sin duda alguna decía candidato a gobernador, esta es una situación que evidentemente se contrapone a la norma electoral, porque en la temporada de precampañas se debe sopesar que la propaganda que haga alusión a este tipo de cuestiones debe de identificar al precandidato, en este caso de la vista a la propaganda en mención, evidentemente se advierte o se lee que dice: Gerardo Priego Tapia gobernador; evidentemente ni siquiera está identificado de que es precandidato, no obstante a ello en un supuesto sin conceder que de manera marginal exista la identificación, no menos cierto es que esta no es apreciable a la vista, una situación que evidentemente debe también estimar esta Secretaría; más que nada se igual debe estudiar o fiscalizar el aspecto de que en un momento dado el señor Gerardo Priego Tapia fue promocionado en un camioncito; en un móvil, en donde difundía en todas las calles de la ciudad la propaganda de su programa de radio; sin embargo, enfatizo que no se puede permitir que los mismos elementos característicos de la propaganda de radio, sean plasmados en la propaganda electoral. (Caso-Gerardo Priego, 2012, pág. 4)

En este sentido, el quejoso, el PRI, pidió que se referencia el caso Bertruy, “no sé si recuerdan el asunto de Humberto de los Santos Bertruy, muy controvertido, que fue la misma situación y que se debe de tomar como precedente de la situación de que es una campaña disfrazada, supuestamente está promocionando una estación de radio, pero en ella destaca sobre todo mas allá de señalar una estación de radio y esta funcione y en que programa se transmite, destaca su imagen, su nombre, pone un fondo, incluso la misma página que utilizaba para promocionar la propuesta y soluciones, la utiliza en su propaganda de campaña o de precampaña”. (Caso-Gerardo Priego, 2012, pág. 6)

5.1.3.2. La cobertura informativa⁹²

En el caso judicial, los demandantes ofrecieron pruebas de notas informativas que se transmitieron en noticieros de radio y televisión y se publicaron en periódicos locales en los que, a decir de los interesados, se expresaban las intenciones de Priego Tapia en contender por la candidatura de su partido, el PAN, por la gubernatura de Tabasco.

Radio

Los documentos consistieron en las versiones estenográficas de 6 notas informativas, transmitidas del 19 al 24 de enero de 2012.

⁹² Excepto por las nota informativas del programa Notinueve de la Nocturno, de fecha 18 de enero de 2012 del Canal 9, el resto de las notas informativas no fueron desarrolladas en la Audiencia de Pruebas y Alegatos del expediente SCE/PRI/006/2012, debido a que sí lo acordaron las partes en litigio: “El Licenciado Armando Olán Niño, Representante Legal del denunciado Gerardo Priego Tapia: Solicito a la autoridad, que tenga por reproducida el resto de los discos que quedan pendientes de desahogo, para que se entiendan como desahogados, y ratifico desde este momento nuevamente, las objeciones que sobre los mismos vertimos en el documento con el que hicimos valer nuestra contestación a la denuncia. El Licenciado Andrés García Hernández, Jefe de Área A: ¿Están de acuerdo con la solicitud? El Licenciado Mario Alberto Alejo García, Representante Legal del Denunciante, Partido Revolucionario Institucional: Sí, estamos de acuerdo. Para efectos de mejor proveer se solicita nada más que conforme al artículo 326 las pruebas técnicas sean desahogadas en su conjunto con las documentales tanto públicas como privadas que obran en autos, es cuanto. Posteriormente, se consiguió la versión estenográfica del programa Notinueve Vespertino de fecha 24 de enero de 2012.

Programa Tabasco Hoy Radio Vespertino, de fecha 19 de enero de 2012, estación XHJAP frecuencia 90.9 FM, Conductor Juan Urcola.

Programa Tabasco Hoy Vespertino, de fecha 23 de enero de 2012, estación XHJAP frecuencia 90.9 FM, Conductor Juan Urcola.

Programa XEVA segunda edición, de fecha 23 de enero de 2012, estación XHVA frecuencia 91.7 FM, Conductor Pedro Cano Olán.

Programa Noticias en Flash, de fecha 23 de enero de 2012. Estación XHVT Frecuencia 104.1 FM, Conductor Hugo Triano.

Programa Versión 970, de fecha 23 de enero de 2012, estación XHVT Frecuencia 104.1 FM, Conductor Hugo Triano Gómez.

Programa Tabasco Hoy Radio Matutino de 24 de enero de 2012, conducido por Juan Urcola.

Televisión

Los documentos consistieron en las versiones estenográficas de 6 notas informativas, transmitidas del 18 de enero al 24 de enero de 2012.

Programa Hechos Tabasco, de fecha 18 de enero de 2012 Canal 6, Conductor José Raúl Reyes.

Programa Notinueve Nocturno, de fecha 18 de enero de 2012 Canal 9. Conductor Juan Carlos Huerta.

Programa Notinueve Vespertino, de fecha 19 de enero de 2012 Canal 9. Conductor Miguel Ángel Vargas.

Programa INFO 7 AM, de fecha 19 de enero de 2012 Canal 11. Conductor José M. Cabrera/Yaditzzy V.

Programa TVT Noticias Vespertinas, de fecha 23 de enero de 2012 Canal 7, Conductor Enrique Muñoz González.

La regulación de los medios de comunicación en México



Programa Notinueve Vespertino, de fecha 24 de enero de 2012 Canal 9.
Conductor Miguel Ángel Vargas.

Prensa

Los documentos consistieron en la entrega de ejemplares de periódicos de circulación estatal en las que se referenciaron 17 notas informativas, publicadas entre el 30 de mayo del 2011 al 19 de enero 2012.

Diario Rumbo Nuevo de fecha 30 de mayo de 2011, en donde en su página 6 se publica una nota periodística intitulada “Reforma Política Incompleta”.

Diario El Heraldo de Tabasco de fecha 14 de junio de 2011, en donde en su página 4A publica una nota periodística intitulada “No descartan alianza PAN-PRD”.

Diario Rumbo Nuevo de fecha 20 de junio de 2011, en donde en su página 6 publica una nota periodística intitulada “Alianza Electoral”.

Diario El Heraldo de Tabasco, de fecha 19 de julio de 2011, en donde en su página 6A publica una nota periodística intitulada “PAN se ha posicionado en simpatía en los tabasqueños: Gerardo Priego”.

Consistente en original de un ejemplar del Diario La Verdad del Sureste de fecha 20 de julio de 2011, en donde en su página 12 publica una nota periodística intitulada “Gerardo Priego Tapia rechaza que él ande haciendo campaña”, que se encuentra a foja número 85 del expediente en que se actúa.

Diario Tabasco Hoy de fecha 21 de julio de 2011, en donde en su página 5 publica una nota periodística intitulada “Destapes, renuncias y asaltos... van Tapia y Milton por la Gubernatura”.

Diario Heraldo de Tabasco de fecha 27 de julio de 2011, en donde en su página 7A publica una nota periodística intitulada “Destapan a Gerardo Priego”.

Heraldo de Tabasco de fecha 23 de agosto de 2011, en donde en su página 5ª, publica una nota periodística intitulada “PAN debe elegir a la persona adecuada: Priego”.

Diario Olmeca de fecha 23 de agosto de 2011, en donde en su página 6, se publicó la nota intitulada PAN con amplia posibilidad para ganar”.

Diario El Herald de Tabasco de fecha 19 de enero de 2012, en donde en su página 8A, se publican una nota periodística intitulada “Llama Tapia a cambiar el destino de Tabasco”.

Diario Olmeca de fecha 19 de Enero de 2012, en donde en su página 5, se publica una nota periodística intitulada “Va Priego Tapia por la Gubernatura”.

Diario Día a Día, Avance Tabasco Informa de fecha 19 de enero de 2012, en donde en su página 2, se publican una nota periodística intitulada “Se destapa Gerardo Priego a la Gubernatura”.

Diario Milenio Diario Tabasco de fecha 19 de enero de 2012, en donde en su página 7, se publican una nota periodística intitulada “Si Arturo Núñez declina a mi favor alianza con el PRD: Gerardo Tapia”.

Diario La Verdad del Sureste de fecha 19 de enero de 2012, en donde en su página 9, se publican una nota periodística intitulada “Va Priego Tapia por la gubernatura hasta el final”.

Diario Tabasco Hoy de fecha 19 de enero de 2012, en donde en su página 4, se publican una nota periodística intitulada “Hasta en el PAN ya tienen precandidato de unidad”.

Diario Presente de fecha 19 de enero de 2012, en donde en su página 5, se publica una nota periodística intitulada “Destapa PAN a Gerardo”.

Diario Rumbo Nuevo de fecha 19 de enero de 2012, en donde en su página 5, se publica una nota periodística intitulada “Destacan a Priego Tapia a la Gubernatura”.

La regulación de los medios de comunicación en México



Todo lo anterior relacionado con este punto, a dos semanas de que diera inicio el arranque formal del periodo de precampaña electoral del proceso electoral ordinario 2011-2012 cuando los partidos políticos dieron inicio a los procesos de selección interna de sus candidatos, en este caso, para el gobernador del estado de Tabasco.

De igual forma, la resolución que emitió el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco -aprobada el 20 de marzo de 2012-, fue revocada por el Tribunal Electoral de Tabasco en su determinación del recurso de apelación TET-AP-35/2012-V. Aunque, al final de los razonamientos judiciales, se aplicó las sanciones, a Gerardo Priego Tapia con multa de quinientos días de salario mínimo general vigente en el Estado de Tabasco, que equivalen a la cantidad de 29 mil 540 pesos y al PAN con amonestación pública.

El veintiuno de abril del año en curso, el Partido Revolucionario Institucional, por conducto de su representante Martín Darío Cázarez Vázquez, aún inconforme con la sentencia emitida por el Tribunal Electoral de Tabasco, promovió Juicio de Revisión Constitucional Electoral, ante la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, que fue radicado con la clave SUP-JRC-078/2012.

El cinco de mayo del año dos mil doce, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación resolvió los autos del expediente SUP-JRC-078/2012, y en ésta, ordenó al Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, la reindividualización de las sanciones.

RESUELVE

PRIMERO. Con fundamento en lo dispuesto por el artículo 338 de la Ley Electoral del Estado de Tabasco, así como el 66 del Reglamento del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco en Materia de Denuncias y Quejas, este Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, es competente para conocer y resolver respecto del caso puesto a su consideración.

SEGUNDO. Con base al considerando IV de la presente resolución, se tienen por acreditados los hechos materia de denuncia presentados por el Partido Revolucionario Institucional, a través de su representante Martín Darío Cázarez Vázquez, en contra del ciudadano Gerardo Priego Tapia y el Partido Acción Nacional.

TERCERO. En consecuencia al resolutivo SEGUNDO, se declaran FUNDADOS los hechos imputado al ciudadano Gerardo Priego Tapia y al Partido Acción Nacional.

CUARTO. Se sanciona al C. Gerardo Priego Tapia con una MULTA PECUNIARIA, consistente en VEINTE DÍAS DE SALARIO MÍNIMO, mismos que ascienden a la cantidad de \$1181.60 (Mil ciento ochenta y un pesos 60/100 MN).

QUINTO. Se sanciona al Partido Acción Nacional con una AMONESTACIÓN PÚBLICA. (Acatamiento, 2012, pág. 33 y 34)

Priego Tapia sí logró la nominación de su partido y participó como candidato del PAN al gobierno del estado de Tabasco en el proceso electoral ordinario 2011-2012.



Fuente: Portal Primero Tabasco. Publicación del 14 de mayo de 2012 retomado del diario Tabasco Hoy acreditado a Leobardo Marín. Disponible en <https://primerotabasco.wordpress.com/tag/consulta-mitofsky/> Consultado el 12 de agosto de 2015

5.1.3.4. La perspectiva del órgano jurisdiccional 2012

Los razonamientos jurídicos se centraron en los procedimientos para el acceso a la radio y la televisión, las funciones y atribuciones de las autoridades encargadas del tema, la difusión personal de los gobernantes y la publicidad gubernamental.

De la previsión antes señalada, al informe anual del Tribunal relativo al proceso electoral 2011-2012, al final, la cifra se duplicó, el órgano jurisdiccional recibió 14 mil 436 casos.

La regulación de los medios de comunicación en México



Como se advierte, los asuntos que más se presentaron fueron los juicios para la protección de los derechos político-electorales del ciudadano relacionados con la negativa de expedición o entrega de la credencial para votar con fotografía —por robo, pérdida o extravío—, así como con alguna anomalía en la lista nominal de electores. Cabe precisar que en el proceso electoral federal 2008-2009 se recibieron 515 juicios, mientras que en el de 2005-2006 se recibieron 578 por actos relacionados con el Registro Federal de Electores.

También cobran relevancia los recursos de apelación relacionados con precampañas y campañas, respecto de los cuales el cúmulo de asuntos interpuestos fue de 440. (Ramos J. A., 2012)

En este rubro, es donde se encuentran los casos judiciales relacionados con la inobservancia de la ley electoral por parte de los medios de comunicación como los casos Mier y Terán y Priego Tapia.

Contrario a las expectativas con relación a la elección presidencial del año 2006, la Sala Superior del Tribunal recibió 378 Juicios de Inconformidad en contra de la elección presidencial del año 2012, de los cuales se refirió a la nulidad de la misma en el Juicio de Inconformidad SUP-JIN-359/2012. Al igual que en el escenario anterior, la parte inconforme, la Coalición Movimiento Progresista cuyo candidato fue Andrés Manuel López Obrador, expresó agravios generados por la intervención de los medios de comunicación.

1. ADQUISICIÓN ENCUBIERTA EN RADIO, TELEVISIÓN Y MEDIOS IMPRESOS.

1.1. Concepto General de Nulidad

La Coalición “Movimiento Progresista” expresa como primer concepto de anulación de la elección presidencial la adquisición encubierta en radio, televisión y medios impresos, mediante menciones en noticieros, gacetillas e infomerciales sin distinguirlos ante la audiencia de la programación ordinaria y espacios noticiosos, con el propósito de promocionar la imagen de Enrique Peña Nieto y demeritar la imagen de sus adversarios políticos, lo cual se llevó a la práctica desde el año dos mil seis hasta el proceso electoral dos mil once-dos mil doce, durante la campaña para presidente de los Estados Unidos Mexicanos. Se aduce que así se afectó el derecho a la información de los ciudadanos y presionó a los electores, además, se realizó un uso ilícito de los recursos públicos para promover la imagen personal de un servidor público, así ocurrió porque la fuerza organizada y el poder del capital influyeron en el elector. (Ramos J. A., Juicio de Inconformidad, 2012)

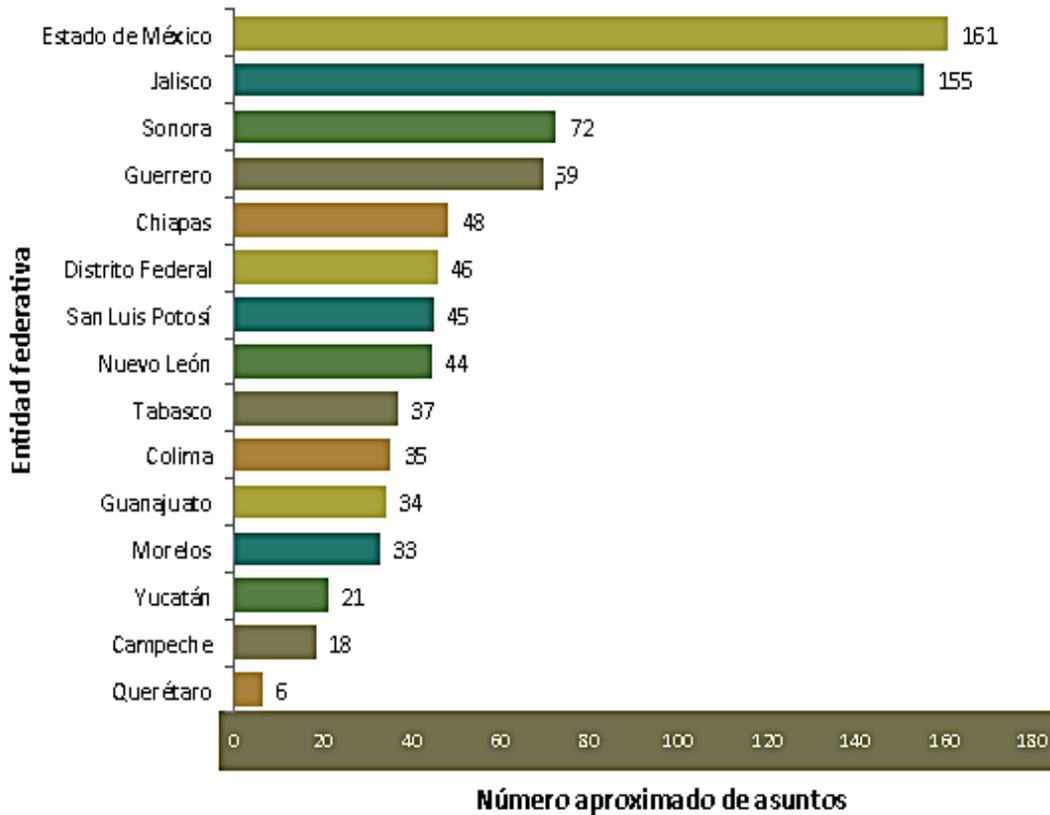
Visto los agravios, desahogadas las pruebas y efectuado el razonamiento de los magistrados integrantes de la Sala Superior del Tribunal, en la parte novena llamada Conclusiones Generales, que motivan la resolución del mismo en el numeral 3, al que se identificó como Observancia del principio de libertad del Sufragio, se determinó que:

...son infundados los argumentos de nulidad encaminados a demostrar que se haya materializado la compra y coacción del voto y con ello se hayan violentado los principios rectores del proceso electoral, a partir de una supuesta: indebida adquisición de tiempos en radio, televisión y medios impresos... antes, durante y después de la jornada electoral, pues los hechos aducidos por la Coalición actora no se tuvieron por evidenciados, en consecuencia, tampoco se encuentra evidencia sobre la violación al principio de voto libre, por presión, compra o coacción de los electores. (Ramos J. A., Juicio de Inconformidad, 2012)

La elección presidencial 2012 quedó firme, se confirmó el triunfo del candidato del PRI Enrique Peña Nieto y se quedó sin evidencias de la supuesta relación comercial encubierta entre este político y la televisora Televisa, la cual fue señalada como la infractora en este caso judicial.

Tabasco ocupó el noveno lugar en el tabulador nacional elaborado por estados con posibilidad de promover impugnaciones, en un ejercicio prospectivo que efectuó el Tribunal Electoral del Poder Judicial y que dio a conocer en el apartado VI, dedicado a los procesos electorales en los estados, en el Informe Anual 2010-2011; previo a la jornada electoral del 1 de julio de 2012. Condición que se ilustra con el cuadro siguiente.

Gráfica 5. Los resultados electorales en algunas entidades tienen un alto impacto sobre el TEPJF
Asuntos esperados en la etapa de resultados electorales locales 2012 (ayuntamientos y diputados)



Fuente: Informe de Labores del TEPJF 2010-2011. (Ramos J. A., Informe Anual de Labores 2010-2011, 2011)

La elección de gobernador de Tabasco, México en el proceso electoral 2011-2012, desde la perspectiva de los medios de comunicación sería ríspida y se volvería a discutir en los Tribunales porque en el ánimo de los periodistas, la ley electoral simplemente está para ser violada. (Ibarra, 2011), y el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana había recibido ya sus primeras quejas bajo el mismo argumento del caso Bertruy: los actos anticipados de campaña. (Lavín, 2011)

...“Las leyes se hacen para violarlas”, “En México, la ley es letra muerta”, “Se promulgan leyes como arroz, para que nadie las respete”...

Ahí está la legislación electoral.

En letra se fijan claramente los tiempos para campaña y precampaña a todos los aspirantes a puestos de elección.

En la práctica nadie las cumple.

La Simulación y el Instinto

Las leyes que se hacen a sí mismos los políticos equivalen a amarrar a perros con longaniza.

Van contra su propia naturaleza.

Contra sus ambiciones.

Contra sus instintos.

Contra su razón de ser.

Ah, pero si ellos las hicieron, deberían respetarlas.

Pero no lo van a hacer nunca. (Ibarra, 2011)

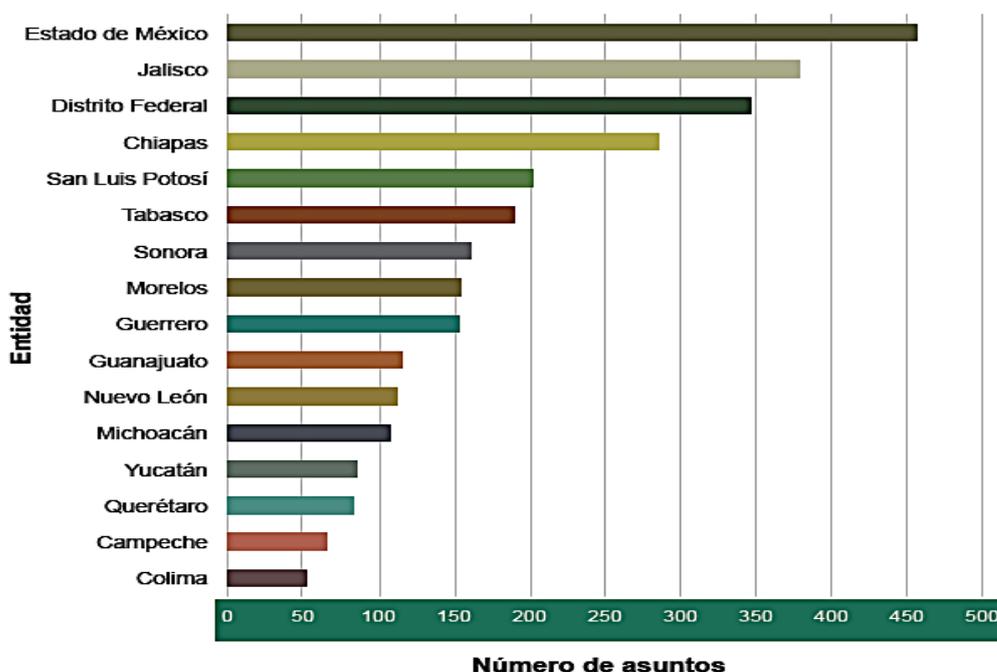
Los casos judiciales Mier y Terán y Priego Tapia califican en esta proyección cuando al igual que su antecesor el caso Bertruy, se simuló la compra de espacios publicitarios en los medios de comunicación para la promoción personal de los aspirantes a cargos de elección popular.

Al concluir el proceso electoral 2011-2012 y presentar el informe de labores correspondiente el Tribunal Electoral; Tabasco del noveno lugar en el que se consideró que estaría, ascendió al sexto lugar en la incidencia de presentación de casos judiciales.

4. Impugnabilidad por estado

Como consecuencia de los cargos renovados en cada entidad, el número de impugnaciones presentadas en cada una es distinto. La siguiente gráfica muestra el total de impugnaciones vinculadas con los 16 procesos electorales locales.

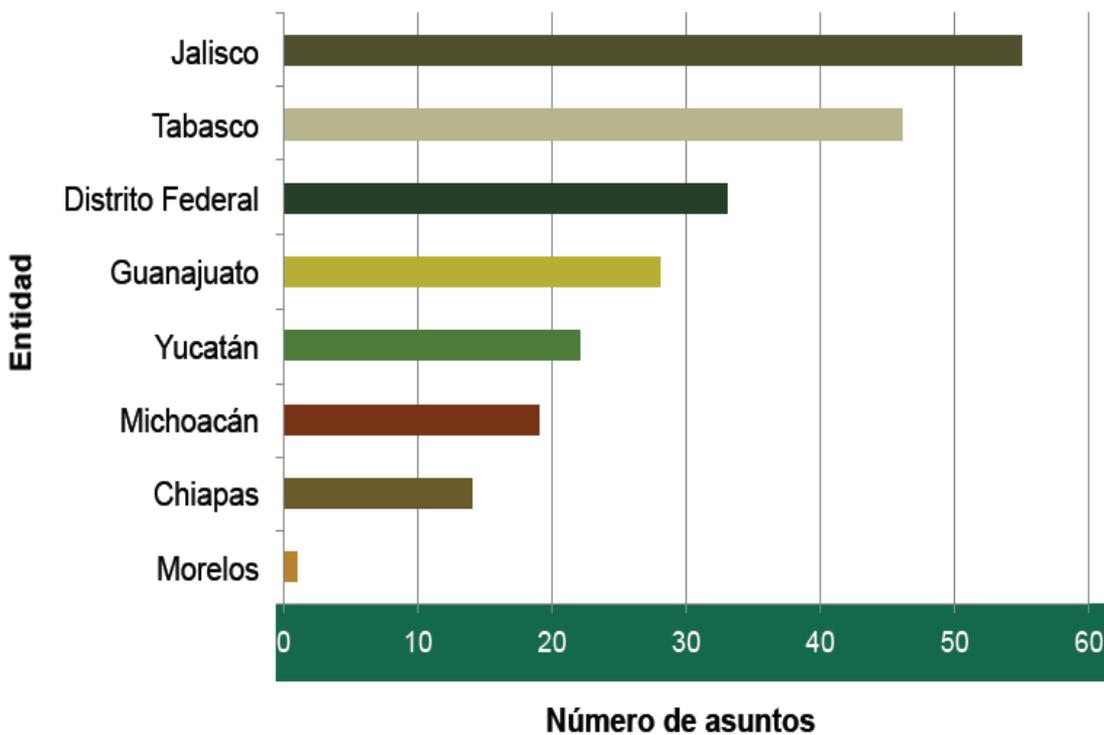
Grafica 1. El TEPJF recibió asuntos de los 16 procesos electorales locales de 2012



Fuente: Informe Anual de Labores del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (Ramos J. A., Informe de Labores, 2012)

Según el informe al que se hace alusión, Tabasco generó en promedio 2 impugnaciones por cada uno de los 190 cargos a elección popular que se disputaron en el proceso del año 2012, siendo el momento de la selección interna de los candidatos, conocido coloquialmente como precampañas y las propias campañas, los momentos de mayor actividad judicial.

Gráfica 2. La elección de gobernador respecto de la cual se recibieron más asuntos fue Jalisco



Fuente: Informe Anual de Labores del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (Ramos J. A., Informe de Labores, 2012)

Al hacerse la interpretación de los casos judiciales promovidos por la elección de Gobernador en el año 2012, Tabasco subió en el tabulador nacional al segundo lugar.

Si bien es cierto que las estadísticas reflejan el total de casos judiciales promovidos por la supuesta comisión de faltas administrativas electorales en diversos

rubros, entre estos se encuentran los que se origina por la inobservancia de la norma electoral en lo que se refiere a la regulación de los medios de comunicación.

Otro dato que se percibe sobre el alto índice de judicialización en Tabasco es el relativo a que el lugar que ocupa en los tabuladores se encuentra muy cercano a otros estados como el Estado de México, Jalisco, el Distrito Federal cuya geografía electoral lo duplica en número de distritos electorales y de electores, unidas estas entidades federativas constituyen la tercera parte de la votación nacional.

Como ejemplo, en el proceso electoral 2011-2012 en Tabasco, el 70 por ciento de los electores votaron alcanzándose una participación ciudadana considerada como histórica, la segunda a nivel nacional, tal cifra representa la presencia en las urnas de un millón 64 mil 834 ciudadanos; cantidad que se equipara con el número de pobladores del municipio de Netzahualcóyotl en el Estado de México. Uno de 125 municipios que conforman esa entidad federativa.

Entre los razonamientos jurídicos que se generaron en la experiencia del proceso electoral 2011-2012, se encuentran las Tesis XXXIII/2011 y XXXIII/2012, en una se reconoce la personalidad de la CIRT para la interposición de recursos de apelación en casos en los que se considere se afecten los intereses de sus afiliados y en otra se discute sobre la normatividad electoral y la libertad de expresión.

Uno más, es el que se desprende de la Jurisprudencia 30/2012, que se relaciona con el Caso Mier y Terán, que usó a la Fundación Isabel de la Parra de Madrazo para su promoción personal, que como ya se describió anteriormente, los reclamos al respecto no prosperaron.

Partido Revolucionario Institucional
vs.
Consejo General del Instituto
Federal Electoral
Jurisprudencia 30/2012

RADIO Y TELEVISIÓN. LOS PARTIDOS POLÍTICOS NO PUEDEN UTILIZAR EL TIEMPO QUE LES ASIGNA EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, PARA LA PROMOCIÓN DE ASOCIACIONES

CIVILES.—De la interpretación funcional de los artículos 41, párrafo segundo, base III, Apartado A, párrafos primero y tercero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 49, párrafos 1, 2, 5 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 25, fracción VI y 2670 del Código Civil Federal, se advierte que el Instituto

La regulación de los medios de comunicación en México



Federal Electoral es el administrador único del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión; que le compete asignar espacios a los partidos políticos y que éstos deben emplearse únicamente para su promoción, la de sus precandidatos y candidatos. En esas condiciones, al ser prerrogativa exclusiva de los partidos políticos, estos no pueden utilizar los espacios en radio y televisión que les asigna el Instituto de referencia, para promocionar a terceros, como son las asociaciones civiles, pues se trata de un derecho que tiene un objetivo propio, establecido en la Constitución. (Ramos J. A., Informe de Labores, 2012)

La conducta de los medios de comunicación sigue produciendo interpretaciones jurídicas a la regulación de los medios de comunicación establecida en la legislación mexicana.

5.1.4. Caso Cabrera Sandoval 2014

El caso Cabrera Sandoval fue el caso judicial identificado con el expediente SCE/PE/PRI/003/2014, un Procedimiento Especial Sancionador promovido por el PRI en contra del diputado local y miembro de la legislatura tabasqueña en ese entonces miembro de la fracción parlamentaria del PRD. La queja fue presentada el 28 de noviembre de 2014 y el quejoso, se adoleció de la posibilidad de la comisión de una falta administrativa amparada en la difusión del segundo informe de actividades legislativas del citado diputado.

Hechos que para los quejosos podría constituir violaciones a la regulación de medios establecida en el artículo 134 de la constitución federal, al suponer que la difusión del informe legislativo se estaba empleando para la promoción personalizada del diputado a quien le atribuyeron intenciones de contender por la alcaldía de Jalpa de Méndez, en Tabasco; así como al exceder en los plazos establecidos por la ley federal –artículo 242 numeral 5- y local –artículo 193 numeral 5⁹³- en los que se

⁹³ Artículo 193 numeral 5. 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.

establecen los periodos, espacios geográficos y condiciones por la que los servidores públicos por la naturaleza de sus encargos pueden hacer uso de los medios de comunicación social para publicitar y realizar sus informes.

5.1.4.1. La campaña publicitaria

La campaña registrada así en el expediente de estudio dijo consta de 221 pendones; 80 de ellos sobre la Avenida 27 de Febrero esquina con la Plaza Hidalgo; 100 más sobre la misma Avenida 27 de Febrero con dirección al centro comercial “Soriana”; 40 sobre Plaza Hidalgo y 1 más en la calle Benito Juárez, todas ubicaciones de Jalpa de Méndez, Tabasco; así como que éstos contenían lo siguiente: “Informe de Actividades Legislativas 2014-2015”, “salón Alejandra II”, “7 de diciembre 2014”, “11:00 horas”, “Jalpa de Méndez”, “Javier Cabrera”, “Diputado Local”, “Va por ti, va por Jalpa de Méndez”.

La afluencia y tránsito vehicular que circula aproximadamente al día por la calle 27 de Febrero es de 500 vehículos, en Plaza Hidalgo 807 vehículos y Benito Juárez 307 vehículos, todas de la colonia Centro, en la ciudad de Jalpa de Méndez, Tabasco.



La autoridad electoral para efectos de establecer la supuesta falta, analizó entre otros aspectos del denunciado su calidad de servidor público, militante de un partido político, la aspiración a contender por la alcaldía de Jalpa de Méndez y las posibilidades de ser considerado un precandidato.

Por parte de la campaña publicitaria, el proceso de contratación del servicio para la impresión y colocación de pendones a cargo de un particular, del que se generaron dudas sobre su figura jurídica, toda vez que se trató de una persona física y no moral, además de rebasar ligeramente la edad en la que se alcanza la ciudadanía.

También entró al estudio de las responsabilidades del partido involucrado y los preceptos legales en materia de comunicación gubernamental, promoción personalizada y actos anticipados de campaña.

5.1.4.2. La cobertura informativa

En este caso en particular, como elementos de prueba, se extrajeron dos notas informativas presentadas por el Departamento de Comunicación Social como parte de la acción investigadora de la autoridad electoral.

Radio

Programa radiofónico “Telereportaje” frecuencia 970 AM, de fecha dieciocho de agosto de los corrientes, donde se expresó a partir de las 8:57 horas lo siguiente: “**Conductor.-** Se apuntó el Diputado local por Jalpa, Francisco Cabrera, admitió su interés por buscar la candidatura a la alcaldía de su municipio, aunque rechazó que ya tenga acuerdos con el grupo de Juan Manuel Fócil, para ser el abanderado oficial a como trascendió.

Diputado local Francisco Cabrera.- Quienes hacemos política, aspiramos, yo no me descarto, al contrario me encarto en participar, solamente que soy un aspirante en silencio, vamos a llamarle, y esperar los tiempos para no violentar el marco jurídico electoral, y vamos a participar en su momento buscando la Primera Regiduría del municipio donde he vivido, he crecido y en donde si Dios me lo permite voy a morir. Me voy a adaptar a los mecanismos que plante el partido donde milito, el Partido de la Revolución Democrática.”

Prensa

Una nota periodística de fecha dieciséis de agosto del año en curso, difundida por el diario “Presente”, que en su página 8, sección política, difundió una nota intitulada

“Ambiciona Cabrera alcaldía de Jalpa”, en la cual se plasma entre otras cosas: “Pese a que los procesos electorales intermedios aun no comienzan, el vicecoordinador de la fracción parlamentaria del PRD, Javier Cabrera Sandoval manifestó abiertamente su interés por buscar la candidatura por la presidencia municipal de Jalpa de Méndez.”

La autoridad electoral determinó luego de los razonamientos jurídicos que conllevaron a la conclusión de que se incurrió en la violación al periodo de exposición de la publicidad del informe legislativo; pero que también con base al estudio de la propaganda y de las calidades del denunciado, existían los elementos para sancionar al demandado, al prestador de servicio de publicidad al partido; al primero con multa de 47 mil 720 pesos con 28 centavos, a los segundos con amonestación pública.

Asimismo, se le da vista al Congreso del estado de Tabasco para que estudie las sanciones, por ser éste el superior jerárquico del diputado, y conforme a la Ley de Responsabilidades del Servidor Público del Estado de Tabasco actúe en consecuencia. La Resolución fue emitida en sesión del Consejo Estatal de fecha 30 de diciembre de 2014.

Sin embargo, la autoridad previo a la resolución estudio las limitantes para sancionar al denunciado, debido a que por falta de regulación para sancionar a servidores públicos como el caso de los legisladores, la acción podría ser controvertida en los tribunales; condición que se cumplió y el 30 de enero de 2015, el Tribunal Electoral del Estado de Tabasco se constituyó para resolver los expedientes TET-AP-03/2015-III Y ACUMULADOS TET-AP-04/2015-III Y TET-AP-05/2015-III; en los que los involucrados en el caso apelaron al organizador de la elección del proceso electoral ordinario 2014-2015.

El Tribunal en su resolutivo elimina las sanciones, excepto a la del proveedor, y mantiene solo el dar vista al Congreso del estado de Tabasco del caso en que está involucrado el diputado denunciado y pidiendo un informe dentro de 15 días sobre lo que haya dispuesto en este Poder con relación al tema; por lo que ordena al Consejo Estatal emita una nueva resolución al respecto; condición que se cumplió el 3 de febrero de 2014.

Francisco Javier Cabrera Sandoval fue electo alcalde de Jalpa de Méndez, Tabasco.

5.1.4.3. La perspectiva del órgano jurisdiccional 2014

En materia de denuncias y quejas relativas a la regulación de medios de comunicación para los que se constituyó la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial, en su portal de internet, hasta el 24 de agosto de 2015, en su apartado de Estadísticas⁹⁴ dada a conocer que desde el inicio de sus funciones el 10 de octubre de 2014 hasta el 21 de agosto de 2015, ese órgano jurisdiccional conoció de mil 520 casos de su competencia.

De las motivaciones de las denuncias el 65.6 por ciento de éstas (998) estuvieron relacionadas con la difusión de propaganda electoral indebida, actos anticipados de precampaña y campaña electoral, recursos públicos y promoción personalizada de servidores públicos.

El resto, el 34.4 por ciento (522) por violaciones al modelo de comunicación política, el uso indebido de los pautados de transmisión en radio y televisión por parte de los partidos políticos y por la entrega de beneficios en especie. La sala informó que durante este periodo, resolvió las quejas en un promedio de 36 horas.

5.2. Suficiencias e insuficiencias de la regulación de medios: Primeras reflexiones

5.2.1. La suficiencia

La regulación de los medios como un tema en constante evolución en México, desde el año 1973 hasta la reforma electoral 2007, hizo efectivas las generalizaciones empíricas propuestas en la Sociedad de la Información y la Calidad de la Democracia.

⁹⁴ Estadísticas de la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación con corte al 21 de agosto de 2015 Disponible En. <http://portal.te.gob.mx/acercate/salas-regionales/Sala%20Regional%20Especializada/estadistica> Consultado el 24 de agosto de 2015

La regulación de los medios de comunicación, innovó, porque recibió la ratificación de los Congresos locales que conforman el Estado mexicano; además, de que éstos, promovieron la adopción y adaptación del texto legal en los ordenamientos de las leyes estatales con lo que se aplicó la regulación de medios de comunicación promovida por la Sociedad de la Información, así como el Estado de Derecho y Competencia como indicadores para medir la Calidad de la Democracia en este país.

En cuanto a la Competencia, la reforma electoral 2007 introdujo conceptos y procedimientos para el acceso de los partidos políticos a la radio y la televisión confirmando el carácter permanente de esta prerrogativa, además aportó reglas para la configuración de las funciones y atribuciones de la autoridad competente para la atención de este sistema.

También se modernizó al reproducir, casi literalmente, disposiciones provenientes de la legislación española.

La regulación de los medios de comunicación en su redacción fue precisa. La ley enunció a los medios de comunicación, partidos políticos, candidatos y precandidatos como sujetos responsables de acciones que constituyen la comisión de faltas administrativas y emitió un catálogo de sanciones que van desde la amonestación pública, la imposición de penas pecuniarias, la prohibición de la participación política (aplicable a los partidos políticos, candidatos y precandidatos), y en determinados casos, dar vista a otras autoridades para fincar delitos civiles y penales.

Sin omitir que otras bondades de la reforma electoral 2007, fue la contribución al Derecho a la Información y la Transparencia en el ejercicio de los recursos públicos al redimensionar la figura de la Contraloría General e instaurar la Unidad de Fiscalización de los Recursos, con sus respectivos similares en los estados.

La emisión de las estructuras orgánicas, planes de trabajo y reglamentos para materializar la fiscalización del uso de los recursos públicos tanto de las autoridades electorales como de los partidos políticos, complementó la motivación de la legislación; en la que se establecieron las restricciones sobre el origen y destino del financiamiento público; al especificar, particularmente, el régimen fiscal de los partidos políticos.

La regulación de los medios de comunicación en México



Otros rubros destacables son los esfuerzos dirigidos a la igualdad política al instituir la afiliación partidista de manera libre e individual y acotando el corporativismo político y la equidad de género en la postulación de cargos de elección popular.

En cuestión de procedimientos, desde la conformación de los Consejos Electorales pasando por los actos preparatorios y hasta los cómputos de los votos y las expediciones de las constancias de mayoría que amparan el triunfo del candidato ganador, se hicieron diversas adecuaciones a las normas; que favorecieron al principio de equidad en la contienda electoral.

Además, se le concedió la categoría de antecedente en el tema de la regulación de la Publicidad Gubernamental.

Sin embargo, la regulación de los medios de comunicación distó de las características de los sujetos del Poder Central -audiencia, medios de comunicación y gobierno-; toda vez, que la vinculación entre éstos se enmarca en las leyes del mercado y el entrapado de relaciones; contrario a la visión en materia de Derecho a la Comunicación y la Información, de los gobiernos emanados de la Alternancia pacífica del Poder en México.

La naturaleza legal de los medios de comunicación, los define como industrias con una función social a favor del Estado mexicano, pero en la práctica, los intereses comerciales y las relaciones políticas imperan para la presentación de la información política a la que desestiman o usan a su conveniencia, lo cual es favorecido por una audiencia cuya preferencia es el entretenimiento al tratarse de la programación de éstos.

5.2.2. La Insuficiencia

La judicialización de los procesos electorales en México, y en específicamente en Tabasco, se fortaleció e intensificó mediante la promoción inicial de Procedimientos Administrativos Sancionadores sustentados en la regulación de los medios de

comunicación que concluyeron con Resolutivos en el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en las elecciones de los años 2009 y 2012.

La regulación de los medios de comunicación permanece vigente en la legislación mexicana a como se expresó en la Reforma Electoral del año 2007. Este sistema, será el que prevalezca para la organización de los procesos electorales en México para el año 2015; por lo que la judicialización de los mismos, persistirá como consecuencia de la inobservancia de la norma por parte de los industriales de la radio y la televisión.

Desde la perspectiva del ex consejero electoral Jesús Cantú Escalante y el académico José Ruiz Valerio en su ensayo en el que critican la reforma electoral 2007, consideraron que la falta de previsión de “espacios de información-propaganda alternativos, difíciles de documentar en términos económicos como propaganda [...] En éstos, que no quedan incluidos dentro de los formatos establecidos en la legislación, políticos y televisoras, pueden negociar tarifas no declaradas a los órganos electorales”. (Valerio, 2011)

La prohibición de la contratación de los espacios publicitarios en radio y televisión para la promoción personal de aspirantes a cargo de elección popular, es una tendencia que persiste a pesar de la limitante estipulada en la norma electoral mexicana.

5.2.3. Reflexiones hacia la autorregulación y la correulación

La ausencia de cultura de legalidad en los medios de comunicación es observable a través de su comportamiento y el número de casos en los que se han visto involucrados como sujetos responsables de conductas contrarias a la normatividad electoral prevista en la legislación mexicana en materia de acceso a la radio y la televisión.

Por su parte, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación continúa emitiendo sus razonamientos jurídicos derivados de los estudios a los que se enfrentan por la presentación de los recursos motivados por el comportamiento de los medios de comunicación, que entre otros temas, mantiene su búsqueda por realizar intercambios comerciales entre ellos y los políticos al margen de la ley electoral.

La regulación de los medios de comunicación en México



En un círculo vicioso, los medios de comunicación incurren en comportamientos incorrecto, los actores políticos se inconforman, el Tribunal razona, resuelve y emite nuevos criterios; criterios que se son usados discrecionalmente para cometer otro tipo de faltas y se reproduce este ciclo.

“La participación política es un mecanismo para incidir en la toma de decisiones y que por lo tanto está relacionado con el poder público; (Eva Anduiza y Agustí Boch, 2004) incluye todos aquellos comportamientos que realizan personas y grupos para influir en los asuntos públicos: a través de estas prácticas, los ciudadanos explicitan sus preferencias respecto a qué tipo de gobierno debe regir una sociedad, cómo se dirige al Estado, y cómo aceptan o rechazan decisiones específicas del gobierno que afectan a una comunidad o a sus miembros individuales”; (Brussino, 2011) la posición que asuman sus actores, delimita el comportamiento político.

Entre la discusión de lo que es y no es la participación política argumentada por Anduiza y Boch y Brussino citan como una modalidad la desobediencia a la ley por razones políticas y/o éticas; de lo que se deduce que la inobservancia de la ley encuadra como un comportamiento político no convencional; que sin embargo, se contraponen a este concepto si se considera que la oposición a la norma necesariamente implique que los actores políticos “no están desafiando la legitimidad de sus gobiernos, sino que expresan sus opiniones y desarrollan tácticas de comunicación política”. (Brussino, 2011),

Brussino distingue que “el eje de categorización de prácticas legales (convencionales) e ilegales (no convencionales), en los estudios, no resultó equivalente a la clasificación entre prácticas convencionales y no convencionales (Schmidtchen & Uhlinger, 1983), (porque la) categorización (está) sujeta a condicionantes sociales cambiantes (Sabucedo, 1984), prácticas consideradas ilegales han conseguido legitimación e incluso han sido reglamentadas, mientras que otras acciones se han deslegitimado socialmente”.

En México, derivado de la tendencia adoptada por los estándares establecidos en el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo hacia la Calidad de la

Democracia en el año 2008; las investigaciones van dirigidas a explorar diversos aspectos, entre ellos, la organización de los procesos electorales para la renovación de los Poderes Públicos.

El proceso electoral es sólo parte de ese conjunto de manifestaciones de la participación política, y es quizá la forma más reconocida, por ser oficial y ser representada por el gobierno mexicano como la más adecuada y pacífica de provocar un cambio, además de requerir de un alto presupuesto en su aplicación a fin de que todos los ciudadanos mexicanos la ejerzan. Estas manifestaciones de participación política tienen lugar en un espacio social específico, la arena política, como el campo de análisis donde se dan, negocian e identifican las relaciones de poder entre diferentes agentes y grupos de población. Las estructuras de poder también se ubican en este espacio y su funcionamiento depende de la validez y legitimidad que poseen, en términos de las normas y la eficacia que tienen para los agentes que participan en la arena política. (Martínez I. J., 2010)

Si bien es cierto que la democracia no se circunscribe exclusivamente a la celebración de elecciones, es innegable su carácter procedimental, es decir, las normatividad; en palabras de Russo Foresto, la democracia como régimen es un orden en donde la calidad de las reglas y de los actores, determina su cualidad, de tal manera que, “se entiende por buena democracia el orden político que se rige por buenas reglas y cuenta con ciudadanos plenos”. (Foresto, 2010)

Russo Foresto analiza diversas dimensiones que afectan la Calidad de la Democracia y expone al igual diversas razones, pero para efectos de esta investigación, se centrará en la primera de éstas, la democracia como un conjunto de normas ético-políticas. Caso contrario, las democracias se ven disminuidas como lo propone Díaz Aldret.

Las democracias disminuidas se caracterizan por la prevalencia de poderes fácticos que imponen formas de legalidad patrimonialistas que muchas veces conviven y compiten con la legalidad democrática que debería ir imponiendo y extendiendo para hacer sustentable a las democracias latinoamericanas. (Aldret, 2010)

Díaz Aldret supone que en las democracias debe existir “la convicción moral de que la ley es el gran regulador de la vida colectiva y, por lo tanto, se le debe respetar, lo mismo que a las autoridades encargadas de hacerla valer, pues se acepta que tienen el legítimo derecho de normar las conductas”. (Aldret, 2010)

Por lo que, una segunda parte de este trabajo de investigación será observar en el comportamiento de los medios de comunicación al agotarse el mejoramiento constante de la regulación de los medios en esa tendencia por mantenerse al margen de la legalidad, si esto tuviese que ver con la ética pública⁹⁵, la ética institucional⁹⁶ y la ética democrática⁹⁷ y si pueden ser adoptados en sistemas como la autorregulación o la corregulación de los medios de comunicación en los procesos electorales.

⁹⁵ Ética pública. Se refiere al perfil, formación y conducta responsable y comprometida de los hombres encargados de las cuestiones públicas. Más allá del conocimiento profesional que posean quienes laboran en la función pública, es importante que sean individuos que estén inmersos en la moral pública. Todo aquel que ingrese al ámbito público debe pasar por el filtro de la ética a fin de ser tocado por los valores y virtudes públicas... Se enfoca a los actos humanos de funcionarios públicos, esto es, a la rectitud moral de su actuación. La ética busca cultivar la inteligencia en valores y moderar el carácter de los gobernantes, y si bien esto es importante en cualquier disciplina lo es más en la política y en la administración pública porque ambas son responsables de conducir los asuntos de un Estado. (Bautista, 2008)

⁹⁶ Ética institucional. Se refiere a la articulación de la organización, aplicación y evaluación de valores y principios morales relacionados con sus prácticas, procedimientos y políticas.

⁹⁷ La ética democrática ha de ser entendida como aquél régimen político en el que se forman individuos libres y demócratas, esto no lo hace de forma automática sino, más bien, en la medida en que las propias instituciones democráticas, formadas por los individuos que las componen, dan fe de su buen hacer democrático con sus acciones. (Camps, 2010)

PARTE III. Resultados de la investigación

Capítulo VI. Efectos de la Comunicación Política: Entre funciones y disfunciones

En el siguiente apartado desarrollamos las técnicas de recolección e interpretación de datos desde la perspectiva cualitativa propuesta en la metodología formal de esta investigación, enmarcados en las áreas de estudio que propone Oscar Ochoa González en la Comunicación Política.

6.1. Análisis de los mensajes

El análisis de los mensajes que proponemos en este apartado se elaboró a través del análisis de textos cualitativos que para ello ofrece el sistema informático denominado Atlas.ti. Las unidades de análisis o unidades hermenéuticas (HU) se integraron con las versiones estenográficas de las notas informativas y entrevistas transmitidas en radio y televisión que forman parte de las pruebas técnicas que se desahogaron en la audiencia de pruebas y alegatos de cada uno de los casos judiciales que son objeto de estudio. Las unidades hermenéuticas se segmentaron en párrafos para facilitar la selección de citas y su codificación en categorías.

Las categorías propuestas para la selección de las citas fueron: intencionalidad, valores del político y propuestas del político. La intencionalidad consistió en seleccionar aquellos textos en los párrafos en los que el político haya expresado su aspiración por contender a un cargo de elección popular. Las virtudes del político consistió en las que el político uso frases para referirse a sí mismo como una persona o ciudadano con las cualidades para gobernar. Finalmente, en las propuestas del político, se distinguió los enunciados en los que se hiciera una oferta de servicio, actividad, programa o plan de acción a la sociedad.

Los memos, que son una propia herramienta del sistema informático, los agregamos para contextualizar el momento en que emitió el político su opinión en el medio de comunicación para ilustrar la intención del mensaje, particularmente, en el caso Bertruy dada la extensión del corpus elegido.

En los otros casos, objeto de estudios, también se recurrió a la contextualización en cuanto al periodo de las declaraciones hechas por los políticos con las etapas de los procesos electorales correspondientes, aspectos de la norma electoral a observar como es la regulación de medios y las relaciones entre los políticos con otros actores políticos.

Las versiones estenográficas de las notas informativas publicadas en periódicos locales se desecharon toda vez, que la regulación de medios es aplicable a radio y televisión.

El uso de las negrillas, son de la investigadora para resaltar los campos semánticos con puros fines ilustrativos.

6.1.1. Caso Bertruy

El análisis provino de 77 textos, entre notas informativas y entrevistas transmitidas en los noticiarios de radio (XEVT, Radio Tabasco Hoy, EXA, RADIO ACIR) y televisión (TV Azteca Tabasco y Televisa Canal 9) entre el 25 de mayo y 12 de agosto de 2009, que representan el 40.31 por ciento de todas la información que se produjo en la relatoría hecha por la autoridad electoral entre el 18 de mayo y el 18 de agosto del mismo año y que sustentó inicialmente el caso Bertruy. El resto lo formaban notas periodísticas.

El período fue relevante debido a que se realizó simultáneamente con la publicidad del Despacho, inició a cinco días de que Humberto De los Santos Bertruy renunciara a su cargo como Secretario del Ayuntamiento de Centro, se desarrolló durante el periodo de precampañas electorales del proceso electoral ordinario 2009 y concluyó a cuatro días antes de que se llevara la selección del candidato del PRI a la alcaldía del citado municipio programada para el 16 de agosto de 2009.

Las precampañas fueron del 21 de julio al 10 de agosto y el 16 de agosto sería el día de la elección del candidato del PRI donde los simpatizantes de cada precandidato podían sufragar sólo con su credencial para votar del IFE.

Datos de Identificación de la HU	
HU	Bertruy.Atlas ti
Archivo	E:\Tesis doctoral 2015\Técnicas de recolección de datos\Análisis de textos\Bertruy\Bertruy.hpr5
Editado	Claudia
Fecha	27 de agosto de 2015
Hora	04:58:39 pm.
Citas	131

A. Categoría: Intencionalidad

Cita	Párrafo	Texto de la cita
1:1	9:9	Voy a buscar la Presidencia Municipal de Centro
1:15	174:174	
1:5	72:72	“¡Claro! Hay una promoción de mi imagen y de mi nombre porque precisamente eso es lo que quiero Emmanuel que la gente sepa que Humberto de los Santos Bertruy tiene una despacho de abogados y necesito porque yo tengo muchísimos años en la Administración Pública Emmanuel, muchos años tengo en la Administración Pública, y entonces la gente me ubica dentro de la Administración Pública.
1:12	168:168	Yo voy a ser candidato y voy a ser Presidente Municipal por el PRI
1:13	170:170	Que no le quepa ninguna duda, ni a la Dirigencia ni a quienes se oponen a que yo sea candidato , porque me respalda la militancia
1:14	172:172	Yo voy a ser Presidente Municipal de Centro Emmanuel, estoy esperando solamente ir cumpliendo lo que la propia Ley señala, voy a ser Presidente Municipal de Centro porque tengo el respaldo de la militancia de Centro, sin ninguna duda
1:16	178:178	voy a ser Presidente Municipal y lo saben y ellos me lo han dicho, - queremos a Humberto de los Santos Bertruy como Presidente de este municipio, para que el Centro siga progresando y desarrollándose los próximos tres años
1:17	188:188	Voy a ser candidato del PRI a la Presidencia Municipal de Centro , sin ninguna duda
1:18	200:200	Y (...) para tener a la mano cuando nosotros a través de la empresa publicitaria venimos a pedirles a ustedes, como fuimos con Canal 9, como fuimos con TV Azteca, como fuimos con ACIR, como fuimos con la Poderosa, fuimos con todos los medios donde nos estamos publicitando, lo primero que nos dijeron es que les trajéramos el material para que sus abogados lo revisaran y vieran si no había algún

		<p>problema legal, así lo hicimos, aportamos el material a los abogados de ustedes, así como de las otras empresas lo revisaron y nos dijeron -que no había ningún problema con la Ley-. Por qué ahora estos señores dicen que sí hay un problema, bueno simple y sencillamente porque quieren dañarme, quieren dañar a Humberto de los Santos Bertruy, a su despacho de abogados, y eso Emmanuel te lo digo y se lo digo a toda la ciudadanía, no lo voy a permitir, me voy a defender con la Ley y voy hacer que el estado de derecho se respete en Tabasco. Muchas gracias Emmanuel y muchas gracias a todo tu auditorio</p>
1:18	200:200	MEMO: Regulación de medios (27/08/15 12:16:26 p.m.)
		<p>Aclaración hecha por Humberto De los Santos Bertruy durante entrevista en el noticiero Telerreportaje de fecha 13 de julio de 2015. Cuatro días antes de que iniciara el proceso de selección de candidatos del PRI para los cargos públicos del proceso electoral ordinario 2009, sobre el análisis de contratación de la publicidad del despacho hecha con los empresarios de los medios de comunicación.</p>
1:19	220:200	<p>Yo soy un ciudadano más y desde aquí ofrezco toda mi voluntad todo mi esfuerzo, toda mi capacidad para sumarlas a lograr que éste proceso este a la altura de nuestras aspiraciones.</p>
1:20	224:226	<p>Humberto, sin embargo, tú no eres el único que ha hecho alguna actividad lícita, vamos a ponerle así, vamos a suponer sin conceder, porque quiere ser candidato del Centro, sino que hay otros, ahorita me acuerdo, José Fuentes Esperón, hizo su famoso Foro del Agua. Humberto de los Santos Bertruy.-“Y hace poco inició un Foro Económico”.</p> <p>Conductor.-Un Foro Económico, y que bueno, está bien ¿Tú cómo ves estos actos de otros? Y no sólo en Centro, sino de otros candidatos o precandidatos, que pueden o no ser, no sabemos, que a través de cuestiones de Foros, empresas, Asociaciones Civiles, mal que bien se dieron a conocer, cuál es tu opinión al respecto sobre este tema.</p>
		MEMO: Comportamiento político (27/08/15 12:24:51 p.m.)
1:20	224:226	<p>Comentario hecho por el entrevistador Mauricio Rodríguez Ceballos con el entrevistado Humberto De los Santos Bertruy sobre el comportamiento de los políticos que intentaban buscar la postulación de sus partidos a cargos de elección popular. A Francisco Fuentes Esperón, la autoridad le abrió expediente por una queja por el Foro del Agua, que no prosperó por la naturaleza académica del mismo y por ser Fuentes Esperón, ex rector de la Universidad Tecnológica. Se convirtió en candidato del PRI a una diputación local, sin embargo, fue asesinado con toda su familia al inicio de la campaña electoral.</p>
1:21	231:234	<p>aunque yo me llegara a inscribir, eso no significa que tenga la razón el Instituto, de ninguna manera, porque una cosa no está ligada a la otra, yo estoy promocionando mi Despacho de Abogados, eso es lo que estoy promocionando, y por qué lo promociono, porque como toda empresa la tiene que conocer la gente para que puedan acudir a ella, por eso es que lo promociono. Y desde luego, Nacho, de que esa promoción que yo he venido haciendo, está dando resultado Humberto de los Santos.-“Yo te quiero decir...”</p> <p>Conductor.- ¿Pagas impuestos?</p> <p>Humberto de los Santos.-“¡Claro! Estoy dado de alta en hacienda, estoy constituido legalmente y te quiero decir que van más de 250 personas o casos, que han llegado al despacho a partir del 1 de junio que yo abrí</p>

		mi despacho.
1:25	266:266	no tengo ninguna duda de que voy a ser candidato y Presidente Municipal del Centro
1:29	279:279	todos los que somos militantes de este partido, a como creo son los de los otros partidos, tenemos derecho, porque así lo dicen los estatutos, a participar para tener la posibilidad de ser candidatos a un cargo de elección popular
1:31	283:283	y también eso me ha permitido conocer a mucha gente y a muchos militantes, el resultado de ese trabajo, es el que me da a mí la seguridad de que cuando yo me presente como precandidato, ya dentro del proceso del partido, no tengo ninguna duda de que me va avalar para que yo gane la elección interna, yo no tengo ninguna duda de que al que me pongan enfrente, le voy a ganar, y le voy a ganar bien
1:33	284:284	Yo tengo la seguridad de que voy a ser candidato del PRI, y próximamente ganar la elección del 18 de octubre, para ser el Presidente Municipal de Centro, en los próximos tres años.
1:35	288:288	Pero tengo la seguridad y tengo la fe también, de que voy a poder vencerlos, por eso decía yo de que voy a ser candidato y voy a ser Presidente Municipal
1:36	288:288	voy a ser el Presidente Municipal de Centro por los próximos 3 años
1:41	332:332	saben que el que va a ganar esta contienda se llama Humberto de los Santos Bertruy, voy a ganar la interna, Juan, y voy a ganar la constitucional, no tengo ninguna duda de eso
1:42	377:377	Claro yo voy a seguir adelante y voy a ganar la elección el 18 de octubre Juanito, ninguna duda de ello, me respalda la militancia del Partido Revolucionario Institucional y me respaldan muchísimos miles de ciudadanos de este municipio que son ciudadanos libres y que son ciudadanos honestos
1:44	384:384	lo que hice fue publicitar mi despacho como lo hace cualquier empresa, que fue una publicidad netamente empresarial y que ciertamente difundía yo mi imagen y mi nombre, porque bueno, todo negocio en una empresa lo que tiene que, precisamente, publicitar es qué cosa es y qué lo que pretende
1:45	390:390	Yo confié mucho en que la fuerza de la militancia, la voluntad de la militancia, la unidad la militancia en torno a este proyecto por la presidencia municipal se va a manifestar primero en la precampaña que vamos a iniciar a partir del 21 de este mes de julio y finalmente el 16 de agosto que el día de la elección interna, donde con toda seguridad vamos a obtener el triunfo de manera amplia y totalmente transparente y clara
1:46	392:392	Estoy listo y que confié en que su apoyo podre encabezar una administración que deje una huella profunda en Tabasco y por supuesto en el Centro. Mi paso por la secretaria del Ayuntamiento que es amigo Evaristo Hernández y mis amigos regidores me confiaron, me acerco a las necesidades de todas las colonias, las villas, los fraccionamientos
1:47	400:400	el día viernes 17, que después, que fui al Comité Municipal a entregar todos los documentos, que avala que cubro todos los requisitos, que la

		convocatoria y los estatutos del partido giren para que pueda uno aspirar a ser precandidato del PRI a la Presidencia Municipal del Centro
1:48	406:406	fueron arriba de 20, 25 mil gentes y que me causó a mí una gran emoción, ver que este proyecto cada día se ha ido fortaleciendo más con gente que está convencida de que este es la mejor opción para que el Centro, los próximos 3 años, se siga desarrollando, siga progresando, pero sobretodo, como yo reitero mucho que haya bienestar para la gente que vive en este municipio
1:52	423:423	yo aspiro a ser candidato al PRI a la Presidencia Municipal y estar compitiendo para ello, estoy compitiendo con toda mi fuerza, con toda mi convicción, con toda mi seguridad con toda la seguridad de que yo voy a ganar en esta contienda interna que voy a ser el candidato del PRI a la Alcaldía del Centro , para los próximos tres años
1:53	427:427	Yo no estoy aspirando a la Presidencia Municipal nada más porque se me ocurra, estoy aspirando porque tengo el respaldo mayoritario de la gente que vive aquí en el Centro
1:54	429:429	Voy a ser candidato del PRI y voy a ser el próximo Presidente Municipal, cuando yo gane la elección el 18 de octubre
1:55	431:431	Voy a gobernar los próximos tres años de este municipio para que tenga más desarrollo, más progreso, pero sobre todo para que haya bienestar para las grandes mayoría de habitantes de este municipio
1:56	435:435	yo estoy dentro del PRI trabajando para ser candidato, del PRI y en eso me va a encontrar en la militancia y los simpatizantes de estos partidos, hasta que yo tenga la candidatura y de ahí seguiré trabajando con ellos y con la grandes mayoría de ciudadanos de este municipio para convencer que la mejor opción se llama Humberto de los Santos Bertruy
1:58	444:444	yo estoy convencido de que con la fuerza de la militancia, con la fuerza de la ciudadanía que miles y miles me apoyan, voy a ser, insisto, primero Candidato del PRI a la Presidencia Municipal de Centro y posteriormente ganaré la contienda del 18 de octubre, para los próximos 3 años darle progreso, desarrollo y bienestar a los habitantes del Municipio de Centro
1:59	446:446	Yo voy a ganar la contienda interna, insisto Juanito con la fuerza de la militancia, con el apoyo de los militantes y simpatizantes de este partido, le voy a aganar al otro aspirante, al Licenciado Jesús Alí, no tengo ninguna duda de ello, y posteriormente le voy a ganar a cualquiera que sean los candidatos de los partidos de oposición ninguna duda de ello
1:61	452:452	se me va a declarar como Precandidato oficial del PRI a la Presidencia Municipal de Centro, eso no tengo ninguna duda
1:62	485:486	Que convoco, convoco a la militancia y a la ciudadanía en general a una cruzada por la defensa de la dignidad y los derechos de los militantes del Partido Revolucionario Institucional, convoco a todos los que sientan lastimados sus derechos como militante, a los aspirantes que acudieron a las puertas del partido a buscar reglas clara y no las encontraron, a formar un frente común para demandar el respeto que nos ha sido negado, vivir en el silencio y la complicidad permitiendo que las cosas cambien para seguir igual, es cancelar nuestros derechos presente y futuro, a ser nosotros los protagonistas de la historia, la palabra de José Ingenieros, en su obra el "Hombre Mediocre" siguen vigentes -el que se resigne a ser gusano que no proteste cuando lo aplasten-. Sigamos

		unidos todos a ver quién puede más, la fuerza de un partido no reside en su Dirigencia, sino en la cohesión que tengan sus bases, esa fuerza es la que gana elecciones, esa fuerza es la que legitima gobiernos, esa fuerza es la que sostiene naciones y esa es la fuerza que derriba obstáculos, la fuerza de las bases nos acompaña y nos da confianza para avanzar, sus intentos por descalificarnos nos mantienen en la lucha cada día con más fuerza, hasta ahora lo único que han podido ofrecer es la ley del madrugete como cosa juzgada. Este es el momento de dar la batalla por el rescate del PRI”.
		MEMO: Negativa del registro (27/08/15 01:48:02 p.m.)
1:62	485:486	Parte del posicionamiento de Humberto De los Santos Bertruy ante la negativa de su registro como precandidato del PRI para contender por la postulación a la candidatura de este partido a cargo de alcalde de Centro. La candidatura al final se le concedió a Jesús Alí De la Torre
1:63	490:490	yo no me ocupe de eso porque era perder el tiempo, mejor me puse a trabajar para conseguir el nombre y la firma de 8 mil 1 militantes de este partido aquí en el Centro, Chuy, que me abalarán, que me respaldaran en mi aspiración para ser el precandidato del PRI aquí en el Centro, los aporté y ahora sale la Comisión de que no fueron suficientes
1:64	492:492	más de 25 mil militantes de este partido y ciudadanos en general, que fueron por su propio pie, que fueron por su propia voluntad, a decirle al Partido Revolucionario Institucional, que quieren que Humberto de los Santos Bertruy sea el candidato de éste partido, para la Presidencia Municipal, para que le ganemos a los partidos de oposición, como lo hemos hecho en otras ocasiones
1:66	502:502	Voy a ser candidato del PRI a la Presidencia Municipal de Centro
1:68	506:506	por eso te insisto, Chuy, en que voy a ser candidato del PRI a la Presidencia Municipal de Centro
1:69	520:520	Bueno es una posibilidad, es una posibilidad yo no quiero hablar si es buena, es regular, o es mala, es una posibilidad como un externo puede ser una posibilidad pero tenemos otras
		MEMO: Registro por el PRD (27/08/15 01:57:50 p.m.)
1:69	520:520	José Ramiro López Obrador, entonces dirigente estatal del PRD, declaró que Humberto De los Santos Bertruy pudiera ser invitado para ser candidato de su partido en la contienda por la alcaldía de Centro en el 2009
1:70	526:526	Está abierta la invitación para cualquier ciudadano que desee participar, está la posibilidad de que sea un candidato interno o externo, o sea, está bastante amplia la invitación y el que reúna los requisitos de honestidad de simpatía ante la ciudadanía con eso es, y que tenga deseo de trabajar por su pueblo, con eso es suficiente para que sea candidato del PRD
		MEMO: Registro PRD 1 (27/08/15 02:00:33 p.m.)
1:70	526:526	Juan Manuel Fócil Pérez, responsable del proceso de selección de candidatos del PRD, secundó la posibilidad de invitar a Humberto De los Santos Bertruy como su candidato al alcaldía de Centro en el 2009
1:71	534:534	yo quiero ser candidato del PRI a Presidente Municipal

1:71	562:562	yo quiero ser candidato a la Presidencia Municipal de Centro por el PRI, eso es lo que quiero
1:73	577:577	voy a ser candidato del PRI a la Presidencia Municipal
1:75	600:600	tengo el respaldo de miles y miles de ciudadanos de aquí del municipio del Centro, que ven en Humberto De los Santos Bertruy la mejor opción para que este municipio esté gobernado, los próximos tres años, y que siga habiendo desarrollo, progreso, y sobretodo bienestar para quienes vivimos aquí en el municipio de Centro
1:76	611:611	yo quiero ser candidato del Partido Revolucionario Institucional , y voy a luchar hasta lo último por serlo, porque se me reconozcan y respeten mis derechos
1:77	611:611	Humberto De los Santos Bertruy va a ser, sin lugar a dudas, sin lugar a dudas Miguel Ángel, el próximo presidente municipal del municipio de Centro
1:78	623:623	Y desde luego que no tengo ninguna duda, que yo voy a ser el próximo presidente municipal de Centro , le pese a quién, le pese y se oponga, a quién se oponga
1:81	714:714	yo tengo la confianza de que voy a ganar este litigio y que voy a ser precandidato y luego candidato del Partido Revolucionario Institucional
1:85	787:787	si la gente, si los militantes dicen que el que debe ser candidato sea Humberto de los Santos Bertruy , bueno, también lo deben de respetar ellos y deben dejar que el candidato Humberto de los Santos Bertruy represente al PRI en la contienda del 18 de octubre, y que triunfando el 18 de octubre sea el próximo Presidente Municipal del Centro
1:86	796:796	yo tengo la confianza, la fe, de que voy a poder ganar este litigio y voy a poder ser el candidato del PRI
1:87	817:817	la próxima ocasión es para que te venga yo a decir que soy el candidato del PRI al Municipio del Centro , que sin lugar a duda voy a obtener y que voy a ser el próximo Presidente Municipal del Centro
1:88	822:822	Yo me sigo sintiendo como un aspirante muy fuerte a la candidatura del PRI a la Presidencia Municipal, así me siento
1:89	824:824	Entonces, no me cabe duda de que yo voy a ser el precandidato , primero, y que luego ya, el 16 de agosto, en la elección interna voy a ganar ampliamente la candidatura, y voy a ser un candidato muy fuerte para la elección del 18 de octubre, no tengo ninguna duda
1:90	853:853	Tengo toda la confianza en que voy a ganar el litigio, de que me van a reconocer mi derecho a participar en la contienda interna, tengo toda la confianza, porque me asiste el derecho, me asiste la razón y me respaldan miles y miles de militantes y de ciudadanos de este municipio de Centro, y más que se están sumando
1:91	858:858	Yo tengo perfectamente definido qué es lo que quiero, yo hice un acuerdo con la militancia y con muchos ciudadanos de este municipio, con la militancia del PRI del Centro y con muchos ciudadanos de este municipio. El acuerdo entre ellos y yo es de, íbamos por la Presidencia Municipal de Centro
1:93	869:869	que en las urnas del 16 de agosto no tengo ninguna duda, que voy hacer el triunfador y que voy a ser un candidato muy fuerte del Partido Revolucionario Institucional a la Presidencia Municipal del Centro , que el 18 de octubre vamos a ganar la elección, y los próximos

		tres años, en éste municipio va a seguir habiendo desarrollo, progreso, pero sobre todo, bienestar para la gente que habitan aquí en el municipio del Centro,
1:94	884:884	Humberto De los Santos Bertruy , cubrió totalmente todos los requisitos que marca la convocatoria, sin ninguna duda, y que por lo tanto, soy legítimo aspirante, y debo ser también legítimo precandidato a la presidencia municipal de Centro
1:95	893:893	porque Humberto De los Santos Bertruy , cubrió totalmente todos los requisitos que marca la convocatoria, sin ninguna duda, y que por lo tanto, soy legítimo aspirante, y debo ser también legítimo precandidato a la presidencia municipal de Centro
1:96	938:938	
1:97	947:947	
1:98	991:991	No estoy de acuerdo que se le falte el respeto a las instituciones y se desvirtué la alta responsabilidad que tiene el ayuntamiento que es servir de tiempo completo a los ciudadanos del municipio, por tal motivo y siendo congruente con el decir y el hacer como mujer y como política, esta mañana presentare mi renuncia con carácter de irrevocable al cargo de atención a las mujeres, asumo esta decisión personal, porque no comparto que se genere un clima de enfrentamiento en el ayuntamiento y que este a su vez enderece una sistemática descalificación hacia el gobierno del estado que dirige un militante de mi partido, el químico Andrés Granier Melo
MEMO: Posiciones en contra (27/08/15 03:36:33 p.m.)		
1:98	991:991	Mirna De la Cruz García, directora de Atención a las Mujeres del Ayuntamiento de Centro, renunció a su cargo y explicó su posición en contra de Humberto De los Santos Bertruy
1:99	995:995	Desde hace un tiempo inicio una campaña de presión y consigna hacia los servidores públicos del ayuntamiento para que apoyemos a cierto aspirante a la presidencia municipal para el periodo constitucional que iniciara en enero del 2010, no estoy de acuerdo que se presione a la gente para actuar por consigna y apoyar a una persona con intereses particulares, no coincido con quienes coacciona a los trabajadores, amenazándolos con despidos, sino se suman a las acciones de promoción de cierto aspirante, además pretenden las autoridades del ayuntamiento, cultivar en los trabajadores un sentimiento de encono y rencor hacia el gobierno del estado
MEMO: Posiciones en contra 1 (27/08/15 03:39:28 p.m.)		
1:99	995:995	Las razones de la renuncia de Mirna De la Cruz García. La entonces funcionaria habló de presiones para apoyar a Humberto De los Santos Bertruy desde el interior del Ayuntamiento de Centro, donde fue el Secretario del Cabildo.
1:100	1007:1007	habré de platicar con mi amigo, con mi hermano Evaristo Hernández Cruz para saber cuál es su punto de vista
MEMO: Relación con alcalde (27/08/15 03:41:33 p.m.)		
1:100	1007:1007	Humberto De los Santos Bertruy refirió el grado de afectividad con el entonces alcalde de Centro, Evaristo Hernández Cruz.
1:101	1009:1009	Evaristo ha manifestado públicamente Hugo, de que tengo todo su apoyo moral y con eso me es suficiente de mi amigo, de mi hermano

		Evaristo Hernández Cruz, su apoyo moral para mí es esencial
		MEMO: Relación con alcalde 1 (27/08/15 03:43:04 p.m.)
1:101	1009:1009	Grado de afectividad que a decir de Humberto De los Santos Bertruy guardaba con el alcalde de Centro, Evaristo Hernández Cruz. Expresiones que fueron en las fechas en que renunció la directora de Atención a las Mujeres en el Ayuntamiento.
1:102	1095:1095	yo hice un acuerdo con la militancia y con los ciudadanos de este municipio del Centro, y dijimos, acordamos pactamos de que íbamos por la Presidencia Municipal de Centro y esa es la lucha que yo estoy dando, vamos juntos militantes, ciudadanos de este municipio a ganar la presidencia municipal de Centro
1:103	1113:1117	Desde que manifesté mi intención de participar en el proceso interno de selección, se ha montado una campaña en contra de un servidor en la que en cada día es más evidente una indebida actuación por parte de mi propio partido, esta es la más elocuente aplicación de la injusticia pronta y expedita. Las distintas quejas que supuestos ciudadanos que han presentado en mi contra ante el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana, son solo impresiones de un mismo documento, cambiando únicamente los nombres de los promoventes, y algunos datos particulares, los formatos y gran parte del texto que forma el cuerpo de dichos documentos, son idénticos a los que Martín Darío Cázares, Representante del PRI, ha presentado en contra de otros actores, en diversos procesos electorales. A todas luces, se ve que hay la intención de un grupo, que no representa la voluntad mayoritaria del priísmo de Centro, por evitar que yo pueda participar en el citado proceso
		MEMO: Posiciones en contra 3 (27/08/15 03:49:11 p.m.)
1:103	1113:1117	Humberto De los Santos Bertruy denunció la existencia de una campaña en su contra que provienen incluso de su propio partido para impedirle contender por su aspiración.
1:104	1123:1123	Todos sabemos, quienes y la misma gente del gobierno lo han dicho, lo encabeza la Dirigencia Estatal del partido, lo encabeza quienes conforman la Comisión Estatal de Justicia Partidaria, lo encabezan quienes forman parte de la Comisión Municipal de Procesos Internos, lo encabezan quienes forman parte y presiden la Comisión Estatal de Procesos Internos, lo encabeza el Gobernador del Estado, dicho por la misma gente de su gobierno, Lorena Beurregard y varios más han dicho, es Andrés Granier es el que toma la decisión en el partido, esa es la cúpula del poder
		MEMO: Posiciones en contra 4 (27/08/15 03:58:25 p.m.)
1:104	1123:1123	Humberto De los Santos Bertruy señala quiénes son los responsables de la campaña en contra de su aspiración al interior de su partido
1:105	1127:1127	yo hice un acuerdo con la militancia y con los ciudadanos de este municipio del Centro, y dijimos de que íbamos por la Presidencia Municipal del Centro , vamos juntos militancia y ciudadanos de este municipio a ganar la Presidencia Municipal de Centro
1:106	1196:1196	no se preocupen, vamos a ganar la presidencia municipal de Centro con Humberto de los Santos Bertruy
1:107	1170:1172	Por todo lo anterior, quiero puntualizar, primero, en el PRI no hubo un proceso democrático para elegir candidatos a los puestos de elección popular, rumbo a los comicios del 18 de octubre. Segundo, a los militantes, la dirigencia del PRI nos ha cerrado las opciones que

		<p>estatutariamente existen, para hacer valer nuestros derechos, dejándonos en estado de indefensión. Tercero, las Comisiones de Procesos Internos y de Justicia Partidaria, son meros espantapájaros que no revisan, ni resuelven nada, no importa que argumento o que pruebas se aporten, sólo atinan a repetir el mismo estribillo con que le han amaestrado, no hay argumentos, no hay pruebas, lo único es la negativa reiterada.</p> <p>En este momento, en que se pone a prueba la capacidad del partido para resolver democráticamente las inconformidades en el proceso interno de selección de candidatos, el autismo político ha sido la única capacidad de respuesta que ha demostrado tener la Dirigencia Estatal del partido. Quiero expresar categóricamente, que con la convicción de que al estar impugnado el proceso interno de selección, el PRI todavía no tiene candidato a la Presidencia Municipal de Centro, yo seguiré adelante con la defensa legal de mi derecho legítimo, a recibir mi registro como precandidato e ir a la consulta a las bases, en apego a las cláusulas de la convocatoria. Es necesario enfatizar, que ningún triunfo pasa por la discriminación de la militancia, para ganar, el PRI nos necesita a todos. Muchas gracias”.</p>
		MEMO: Justicia partidaria (27/08/15 04:09:59 p.m.)
1:107	1170:1172	Humberto De los Santos emite un comunicado por el resolutivo de la Comisión de Justicia Partidaria del PRI
1:108	1212:1212	no se preocupen vamos a ganar la presidencia municipal del Centro con Humberto de los santos Bertruy
1:109	1222:1222	el PRI todavía no tiene candidato a la Presidencia Municipal de Centro, yo seguiré adelante con la defensa legal de mi derecho legítimo a recibir mi registro como precandidato e ir a la consulta a las bases
1:110	1234:1234	yo hice un acuerdo con la militancia y con los ciudadanos de este municipio de Centro, y dijimos de que íbamos por la Presidencia Municipal de Centro , vamos juntos, militancia y ciudadanos de este municipio a ganar la Presidencia Municipal de Centro
1:111	1259:1259	fuimos a Oaxaca, fuimos a ver una asociación con la que tenemos trabajando cerca ya de más de año y medio, con la cual se han podido obtener recursos, y a mí me pidió el Presidente que yo le acompañara, porque yo era el que traía ese trabajo (Audio inaudible) de 3 mil apoyos a 3 mil familias de aquí del municipio, de pisos y baños, (...) fuimos a tratar de conseguir un poco más de recurso, una ampliación a ese acuerdo que se había llegado con “María Trinitaria”, y a eso fuimos. Entonces esto, aprovechando de que todo mundo sabe de que Andrés Manuel López Obrador anda en Oaxaca de gira, una gira por los 400 pueblos que señalan los medios de comunicación nacionales, y que está Andrés Manuel desde la semana pasada (...), pues pensaron de que habíamos ido a entrevistarnos con él; es una verdadera mentira, la verdadera perversidad de la gente del Gobierno del Estado, quieren confundir al Estado. Nosotros no tenemos que andar buscando a nadie
		MEMO: Registro PRD 2 (27/08/15 04:18:00 p.m.)
1:111	1259:1259	Explicación de Humberto De los Santos Bertruy sobre la supuesta visita

		a Oaxaca que realizó en compañía de Evaristo Hernández Cruz para encontrarse con Andrés Manuel López Obrador
1:112	1289:1289	pero sobre todo es una gran mayoría de ciudadanos de este municipio de Centro, que me ven como un excelente candidato y como un excelente prospecto para presidente municipal. Yo quiero reiterarle a todos y sobre todo a la militancia del partido, a los simpatizantes del partido, y a la ciudadanía en general de que Humberto de los Santos Bertruy va a ser candidato a la presidencia municipal , y sin ninguna duda, el presidente municipal de este municipio
1:113	1293:1293	Voy a ser presidente municipal , creo que es lo más importante
1:118	1351:1351	
1:114	1297:1297	Vamos a hacer lo que la militancia decida, y la militancia lo que ha decidido, desde ya tiene un buen rato, es que quiere que Humberto de los Santos Bertruy sea presidente municipal , y por eso yo estoy seguro que lo voy a ser
1:119	1355:1355	
1:115	1319:1319	yo quiero reiterarles a todos y sobre todo a la militancia del partido, a los simpatizantes del partido y a la ciudadanía en general de que Humberto de los Santos Bertruy va a ser candidato a la presidencia municipal y sin ninguna duda el presidente municipal de este municipio
1:116	1323:1323	Voy a ser presidente municipal , que es lo más importante, vamos a hacer lo que la militancia decida y la militancia lo que ha decidido desde ya tiene un buen rato es que quiere que Humberto de los Santos Bertruy sea presidente municipal y por eso yo estoy seguro que lo voy a ser
1:125	1427:1427	
1:117	1334:1334	Yo creo que la mejor encuesta es la que tiene la ciudadanía, y esa desde luego me tiene ubicado a mí en un lugar, que asegura, que no hay ninguna duda de que yo voy a ser el próximo presidente municipal de Centro
1:120	1359:1359	
1:122	1405:1405	
1:121	1363:1363	pero sobre todo es la gran mayoría de ciudadanos de este municipio de Centro que me ven como un excelente candidato y como un excelente prospecto a Presidente Municipal
1:123	1409:1409	Vamos a ser el presidente municipal de Centro
1:124	1423:1423	a los simpatizantes del partido y a la ciudadanía en general de que Humberto de los Santos Bertruy va a ser candidato a la presidencia municipal , y sin ninguna duda, el presidente municipal de este municipio
1:126	1477:1477	Yo voy hacer una gran asamblea en Villahermosa en la Plaza de la Revolución, así como estamos hoy en el monumento de la Revolución, Hugo, para que la gente reunida ahí en miles y miles, miles y miles, le pregunte yo dos cosas, Hugo, la primera si quiere que nos esperemos tres años para volver a intentar en el 2012, esa sería la primera pregunta, y la segunda, Hugo, que si quieren que cambiemos el rumbo de este movimiento hacia otro partido
MEMO: Consulta a las bases (27/08/15 04:30:57 p.m.)		
1:126	1477:1477	Humberto De los Santos Bertruy congregó a sus seguidores en la Plaza de la Revolución, explanada frontal del Ayuntamiento de Centro para hacer una consulta a las bases.
1:127	1521:1521	tuvimos que interrumpir la avenida insurgente exactamente en frente del edificio del Comité Ejecutivo Nacional ahí nos apostamos los 600 militantes del PRI que venimos de Tabasco y finalmente intervino los granaderos, según dicen los mando de los granaderos a petición del

		Comité Ejecutivo Nacional, entonces ahí forcejamos con ellos, hubieron algunas personas golpeadas, la mayoría de ellas mujeres este, finalmente nos acercaron hacia lo que es la banqueta del Comité Ejecutivo Nacional y ahí nos quedamos hasta que finalmente acordamos que entrara una comisión ya no de 15 sino de 21 compañeros que andan en esta lucha encabezados por un servidor y ahí dialogamos unos 15 minutos más o menos con la Dirigencia, 15, 20 minutos, le explique todo lo que había pasado, así como te lo estoy comentando a ti y al auditorio y le dijimos de que le íbamos hacer entrega del documento que traíamos preparados para Beatriz Paredes
		MEMO: Plantón en México (27/08/15 04:35:18 p.m.)
1:127	1521:1521	Humberto De los Santos Bertruy comenta sobre la movilización en la sede nacional de su partido
1:128	1763:1763	yo nada más les pido que me den chance que yo vaya a la urna y ahí les voy a demostrar cuántos votos tenemos
1:129	1835:1835	Entonces yo lo que les dije, es que así, seguramente el PRI Nacional va a perder, aquí en Tabasco el 18 de octubre, lo que también el PRI nacional va a perder en el 2012, que de esa manera no vamos a regresar al PRI a los Pinos
		MEMO: Derrota PRI (, 27/08/15 04:47:02 p.m.)
1:129	1835:1835	Humberto De los Santos advirtió a su partido de una derrota en el 2012, si imponían desde ahora a Jesús Alí De la Torre como candidato a la presidencia municipal de Centro. Alí De la Torre fue candidato del PRI y presidente municipal de Centro, pero perdió la gubernatura con el PRD en el 2012
1:130	1930:1930	yo lo único que aseguro es de que quienes tenemos todas las posibilidades de ganar la Presidencia Municipal somos nosotros, nada más que me den chance de que llegue a la urna
1:131	1930:1930	el mejor proyecto que tiene garantía y viabilidad de triunfo es el que encabeza tu servidor y no porque yo lo diga, lo dice la gente a donde vaya uno

B. Virtudes del Político

Cita	Párrafo	Texto de la cita
1:2	23:23	Bertruy tiene el tamaño , y la fuerza para ganar, luchando limpiamente, la batalla se acerca, Bertruy se ha atrevido a desafiar al sistema y provocarlo
1:4	42:42	Yo soy un ciudadano más y desde aquí ofrezco toda mi voluntad todo mi esfuerzo, toda mi capacidad para sumarlas a lograr que este proceso este a la altura de nuestras aspiraciones.
1:6	76:76	soy una gente que se dedica a su trabajo , soy una gente que trata de hacer las cosas bien y siempre dentro de la Ley , mis actos Emmanuel nunca han estado fuera de la Ley nunca
1:7	121:121	con el esfuerzo personal que he hecho, con la cultura del ahorro que me he impuesto también Emmanuel, no sólo somos una familia modesta económicamente sino que vivimos de manera modesta, no tenemos lujos porque no creo en ellos, creo que se deben de tener las comodidades

		necesarias y hasta ahí nada más, en eso he basado yo mi esfuerzo y mi convicción de que uno tiene que uno tiene que luchar por mejorar
1:8	146:146	siempre le he aportado al partido yo, siempre
1:9	148:148	Tengo 31 años de militancia activa Emmanuel, 31 años de militancia activa, o sea, le he hecho trabajo directamente al partido y he ayudado a mi partido desde mi administración pública siempre, mi resultado dentro la administración pública siempre han sido positivos, por lo tanto eso ayuda a que el partido tenga una buena imagen
1:10	150:150	lo que hice en estos últimos dos años cinco meses, o sea, de enero del 2007 a mayo del 2009, trabajar y trabajar y trabajar desde la Secretaría del Ayuntamiento para ayudar a que esta administración la que preside Evaristo Hernández Cruz, mi amigo pudiera salir adelante y entregarle buenas cuentas a los ciudadanos y si hacemos un buen trabajo Emmanuel desde luego que no nada más la militancia, sino la ciudadanía en general se lo va a reconocer a esta administración que desde luego es una administración priísta y por lo tanto le estamos aportando más de lo que mucho que se dicen que son priísta cien por ciento puro
1:11	166:166	puedo ganar la elección sin mayor problema porque tengo no sólo la capacidad, sino el reconocimiento de la militancia de este partido, no me interesa tener el reconocimiento de Georgina Trujillo, ni de la Dirigencia, me interesa Emmanuel, y en eso me he ocupado toda mi vida, en tener el reconocimiento de la militancia
1:24	252:252	Sí, yo les quiero decir, de que la Ley lo que castiga, lo que consigna, son actos reales, la materialización de algo, eso es lo que castiga, lo que sanciona la Ley y la norma, estos señores están presumiendo, entonces no tienen ninguna razón, yo no estoy afectando en nada o no estoy violando en nada la Ley Electoral
1:26	270:270	...entonces tienes problemas estas violando la Ley, entonces yo voy a ver si tengo problemas con la cuestión de la publicidad, bueno tendré que tomar una decisión en el sentido de no hacerlo, pero si mi análisis, de acuerdo a derecho de acuerdo a la Ley, me dice que no, lo voy a hacer, ¿por qué no los voy a hacer?
1:27	271:271	todos los actos, todos los actos, de cualquier ciudadano, desde el más humilde al más poderoso Nacho, tiene que descansar en el imperio de la Ley, porque eso es lo que tiene a este País sumido en tanto problema y no nada más este país, a muchos, pero a nosotros nos interesa México y entonces tenemos que luchar por la legalidad , por eso es que yo escogí esta profesión porque yo creo que lo único que nos permite como pueblo como sociedad, progresar, desarrollarnos, vivir en armonía, tener las condiciones necesarias para que el individuo se desarrolle y progrese es respetando la Ley,! todos!
1:28	273:273	Soy una gente que respeta la Ley, todos mis actos siempre están apegados a la Ley, están dentro de la Ley y eso voy a seguir haciendo toda mi vida, porque ese es el ejemplo que yo recibí en mi casa, de mis padres, como lo han recibido ustedes la gran mayoría de los mexicanos, entonces si yo tengo ese ejemplo, yo también quiero seguir ese ejemplo para mis hijos, para mi familia
1:30	283:283	Yo tengo más de 17 años trabajando en la Administración Pública
1:32	284:284	mi fuerza, mi seguridad, proviene de la militancia
1:38	310:310	muchísima gente sabe y escuchó y vio tanto el audio como el video, de donde está Escayola entregando ropa y no sé que más cosas, y diciendo

		que se las mandaba su amigo el Gobernador del Estado, entonces, en primer lugar, no tiene porque andar haciendo eso, pero creo que lo más preocupante, lo que más lastima a la sociedad, es el hecho de que el que era en ese momento, el Presidente de la Junta de Coordinación Política, ande de mandadero del Gobernador, eso no puede ser, así sean los mejores amigos del mundo, tiene que haber lo que el espíritu del Legislador plasmó en la Constitución una autentica división de poderes, no puede ser que el Poder Legislativo esté bajo las ordenes, mando o los intereses del Ejecutivo Estatal.
1:38	310:310	MEMO: Comportamiento político 1 (27/08/15 01:06:35 p.m.)
		Humberto De los Santos Bertruy comenta en la entrevista lo que hacen otros actores políticos para supuestamente sumar adeptos en el preámbulo de la selección de candidatos de los partidos, particularmente, su partido el PRI, en la persona de José del Carmen Escayola
1:39	322:322	cuando la empresa publicitaria, que contrató el Despacho de Abogados Humberto de los Santos Bertruy, va a contratar los servicios de las televisoras, de las radios y de periódicos que hay aquí en Tabasco, más importante desde luego, lo primero que le dijeron, sobre todo, las televisoras y la radio, a la empresa fue: tráeme material para que yo vea, junto con mis abogados, si no hay ningún problema, así lo hicimos, así lo hizo la empresa que contraté, les llevó el material que íbamos a publicitar, lo revisaron los abogados de las empresas y dijeron que no había ningún problema con la Ley, que era absoluta y totalmente legal, la publicidad que queríamos hacer del Despacho, que no tenían ningún problema, y ¿Por qué lo hicieron, Juanito? ¿Por qué lo hicieron las empresas? bueno, porque hubo una reforma a la Ley Electoral Federal, y desde luego, aquí local, y estamos, en el momento en que yo salgo con mí Despacho de Abogados Humberto de los Santos Bertruy, a darlo a conocer, estábamos en pleno proceso federal, para elegir a los Diputados Federales, por eso lo hicieron las empresas, y los abogados de las empresas, de las televisoras y de las radios, dijeron, no hay ningún problema.
		MEMO: Regulación de medios 1 (Super, 27/08/15 01:10:53 p.m.)
1:39	322:322	En entrevista del 15 de julio con Juan Urcola, Humberto De los Santos Bertruy insiste en que consultó con los abogados de los empresarios de los medios y que todos aceptaron la contratación de la publicidad porque llegaron a la conclusión de que no violentaban el modelo de comunicación política de la Reforma Electoral 2007
1:40	332:332	yo tengo 31 años de militancia, yo pertenezco al Partido Revolucionario Institucional desde 1978, y lo que he hecho es trabajar, yo he tenido una militancia activa dentro del partido, pero también cuando he estado dentro de la Administración Pública, le he prestado buenos servicios al PRI , porque he hecho bien mí tarea en esas funciones
1:49	422:422	siempre voy a estar respetuoso de las expresiones de todo mundo y de su sentir, y de sus opiniones
1:50	422:422	yo soy militante del PRI desde hace 31 años , yo me afilie al partido desde 1978 Juanito, y he venido trabajando a favor del partido siempre, siempre en todos los procesos electorales he colaborado con mi partido y

		lo he hecho con una emoción total y con una entrega total, buscando siempre que los candidatos de mi partido ganasen las elecciones en las que competíamos
1:51	422:422	cuando me tocó estar en la Administración Estatal o en la Administración Municipal, con mi mejor esfuerzo fue en caminado hacer bien mi trabajo porque yo entiendo que cuando un Gobierno del Partido que sea, hace bien su tarea esa es la mejor manera de ayudar y de apoyar a su partido y eso lo he hecho yo siempre y lo voy a seguir haciendo siempre.
1:57	441:441	no soy un violador de la Ley , nunca lo he hecho y no lo voy hacer Juanito nunca, esa es una convicción personal insisto, y entonces yo siempre me voy a mantener respetuoso a la Ley
1:65	494:494	No fue actos de anticipados de campaña, no es cierto lo que dice la Comisión, y lo voy a demostrar, como te lo dije la vez anterior, lo voy a demostrar ante las instancias legales. Yo tengo un Despacho de Abogados que se llama: Despacho de Abogados Humberto de los Santos Bertruy
MEMO: Negativa registro 1 (Super, 27/08/15 01:54:04 p.m.)		
1:65	494:494	El dictamen de la Comisión de Procesos Internos del PRI también invocó el caso de la publicidad del Despacho como argumento para negarle el registro a Humberto De los Santos Bertruy. De los Santos Bertruy negó que fuera una razón suficiente para negarle su registro como precandidato de su partido
1:67	504:504	No, no puede ser de otro partido, te estoy diciendo que por el PRI
		lo único que puedo decirles al respecto, porque creo que ahí se fundamenta todo, es que el Instituto no es autoridad competente para resolver o dirimir cualquier asunto que se dé entre particulares, entonces, no es autoridad competente, por eso no me preocupa a mí nada de lo que ellos digan
MEMO: Regulación de medios 2 (27/08/15 02:14:56 p.m.)		
1:74	586:586	Humberto De los Santos Bertruy aclaró en la entrevista que el argumento del caso judicial incoado en el órgano electoral, carecía de validez para negarle su registro como precandidato de su partido.
1:79	625:625	Por el PRI, y por la militancia. Yo siempre he sido priísta y voy a seguir siendo priísta hasta que el partido lo quiera
1:80	682:683	al Instituto Estatal Electoral de Tabasco, porque es mentira que sea de participación ciudadana, eso es mentira, hay que quitarle eso, no existe, por lo menos con este actual Consejo, que no es autoridad competente para regular relaciones entre particulares, ya se lo dije muy clarito, en cuanto a los gastos que yo haya hecho de mi Despacho de Abogados Humberto de los Santos Bertruy, tampoco tengo que informarle nada , ni las empresas tienen que informarle nada. No es cierto, ellos no son autoridad competente, en todo caso a quien se le tendría que informar sería a las autoridades hacendarias, por eso cada autoridad tiene su esfera de acción, tiene su jurisdicción, tiene su competencia, si ellos no lo saben, ya les dije la otra vez en un programa de radio, que les ofrezco el servicio de Despacho de Abogados Humberto de los Santos Bertruy y los voy a asesorar gratuitamente
MEMO: Regulación de medios 3 (27/08/15 02:39:11 p.m.)		
1:80	682:683	Humberto De los Santos Bertruy insistió que la autoridad electoral no es competente para observar al Despacho y su publicidad
1:82	741:741	de que cuando fuimos a contratar precisamente los espacios, las televisoras y en la radio, lo primero que nos dijeron es que les

		mandáramos el material para que los revisarán sus Abogados para ver si no había ningún problema y lo hicieron Juanito, no porque hubiera la intención, ni de nosotros, ni de la empresa
		MEMO: Regulación de medios 4 (27/08/15 02:54:47 p.m.)
1:82	741:741	Insistió Humberto De los Santos Bertruy en que para que se efectuara la publicidad de su despacho de abogados, primero hicieron la consulta entre él y los abogados de los empresarios de los medios de comunicación
1:83	743:743	lo que pasa es que estábamos en el proceso federal y entonces con la reforma que hubo a la Ley, es una reforma que fue impulsada y empujada por los partidos políticos, entonces todos las empresas dedicadas a la publicidad como son las televisoras y la radio, bueno y también la prensa escrita, bueno está muy cuidadoso de cualquier material que vayan a difundir, y lo primero que nos dijeron fue eso, Juanito, se lo mandamos, le mandamos el material, porque no estamos ocultando nada y 24 horas después, nos dijeron las empresas no hay ningún problema, adelante, si no tú crees que las empresas nos hubiesen dicho
		MEMO: Regulación de medios 5 (27/08/15 02:57:02 p.m.)
1:83	743:743	Explica Humberto De los Santos Bertruy como hicieron la consulta entre él y los empresarios de los medios de comunicación
1:92	864:864	yo soy hombre que no me gusta la violencia , al contrario, soy un hombre que cree que debemos hacer las cosas por la vía pacífica , siempre con la Ley en la mano , siempre, entonces estamos en eso

C. Propuesta del Político

Cita	Párrafo	Texto de la cita
1:3	33:33	instale una empresa denominada Humberto de los Santos Bertruy, Despacho de Abogados con objeto de ganar el sustento diario para un servidor y mi familia, así como también la de la familia de los abogados que trabajan en el despacho, quiero resaltar que en el breve tiempo que lleva instalado el despacho un buen número de gente ha acudido a plantear problemas de orden jurídicos que les aquejan y lo primero que me dicen muchos de ellos es que no han podido resolverlos porque no cuentan con recursos económicos, por ello he decidido a portar mi esfuerzo para decirle a toda esa gente que se acerquen con confianza juntos lo resolvemos,
1:22	235:235	muchos acuden a solicitar los servicios, porque tienen asuntos desde mucho tiempo atrás que no han podido resolver, otros acuden porque sus recursos económicos no les da para pagar un abogado y con mucho gusto nosotros vamos a ayudarlo, porque yo lo dije muy claramente y lo he venido diciendo, el despacho está hecho para ganar dinero, para eso lo puse, para eso es una empresa, pero también está para cumplir con una cuestión social que es muy importante y es el de ayudar a mucha gente que no tienen los recursos para pagar un abogado particular y por eso muchas veces o pierden su patrimonio o incluso terminan en la cárcel

<p>1:23 239:243</p>	<p>Platicaron, yo fui a la colonia Casa Blanca, porque me invitaron unos amigos a su casa y ahí platicando con estos amigos salió el tema, porque eran los días en que se había dicho que se iniciaría la reubicación de esta gente, entonces, me preguntaron, me pidieron mi opinión y yo se las di con mucho gusto, y al final les dije que si ellos consideraban que necesitaban la asesoría del despacho, que con mucho gusto se les daba. Posterior a esta visita, me llegaron a ver unas personas al Despacho, les dijimos que si querían con mucho gusto, pero que necesitaban ponerse de acuerdo, porque no se trataba de que unos cuantos quisieran alegar o luchar porque no los reubicaran y la gran mayoría se fueran.</p> <p>Porque yo siempre le dije simple y sencillamente al final pues tendrán que irse ustedes también, si yo creo que platicaron entre ellos y decidieron dar la lucha de otra manera, ya no regresaron al despacho.</p> <p>Lo que yo sé hasta el momento, me he enterado por los medios de comunicación, es que apenas va un porcentaje muy pequeño de los que han reubicado, la mayoría de la gente sigue ahí en la zona de Casa Blanca, esa es una situación que tiene que resolver el Gobierno del Estado y el Gobierno Federal.</p> <p>Yo sigo en mi posición de que si algún ciudadano, de ahí de Casa Blanca, que requiera los servicios del Despacho, con gusto se lo vamos a brindar, para eso es el Despacho.</p>
<p>MEMO: Inundación (27/08/15 12:44:53 p.m.)</p>	
<p>1:23 2:39:243</p>	<p>La referencia sobre la conversación entre el entrevistador y el entrevistado, consiste en la reubicación de más de un centenar de familias asentadas en la margen del Río Grijalva y que eran irregulares, y se les buscó un nuevo espacio en fraccionamientos creados ex profeso para darles vivienda a consecuencia de la gran inundación de Villahermosa en el año 2007 cuando solo quedó un 25 por ciento de tierra firme. La problemática de los asentamientos irregulares es del Ayuntamiento de Centro, si bien es cierto se trataba de un tema antiquísimo, es una problemática social que le correspondió observar a Humberto De los Santos Bertruy cuando fue Secretario del Ayuntamiento.</p>
<p>1:34 287:287</p>	<p>seguir tratando de ayudar a la gente que también se me acerca buscando alguna ayuda</p>
<p>1:37 304:304</p>	<p>ofrezco el servicio y la asesoría de los Despacho de Abogado Humberto de los Santos Bertruy</p>
<p>1:43 379:379</p>	<p> vamos también a seguir prestando un servicio social que mucha falta le hace a la gente que tiene muchos problemas económicos por eso no tienen la posibilidad de contratar a un abogado particular, ahí lo vamos a seguir haciendo nosotros, te quiero decir que en este tiempo que llevamos de mes y cuarenta y cinco días exactamente de haber abierto el despacho tenemos atendiendo más de trescientos asuntos</p>
<p>1:60 450:450</p>	<p>yo soy una gente formada en la administración pública de toda mi vida. Tengo más de 17 años en la administración pública Juanito, y te quiero decir, estoy preparado para gobernar bien este municipio, soy una gente que tiene la experiencia, pero además soy una gente que sabe respetar sus acuerdos, sabe cumplir y eso es muy necesario que se haga aquí en el Municipio de Centro</p>
<p>1:84 763:763</p>	<p>El Despacho va a seguir funcionando porque tiene que seguir cumpliendo con una función social, a la cual me comprometí desde el primer día que lo inauguré Juanito, ahí vamos a seguir defendiendo a la gente, que no tiene la manera, el recurso económico para contratar un Abogado</p>

Particular y que yo insisto que muchas veces, no solamente pierden su patrimonio, sino a veces también hasta su libertad, entonces ahí vamos a ofrecer los servicios gratuito para aquellos que verdaderamente lo necesitan, porque el que tiene se tiene pagar Juan (sic), porque bueno de algo tiene que vivir el Despacho ¿no? de acuerdo

Humberto De los Santos Bertruy inicialmente dijo que aspiraba a ser candidato del PRI a la presidencia municipal de Centro, posteriormente como fueron pasando los días, afirmó que sería el candidato del PRI a la presidencia municipal y el próximo presidente municipal de Centro cuando ganara la elección el 18 de octubre de 2009, para gobernar los próximos 3 años -tiempo que dura el mandato constitucional de un alcalde- y así darle progreso, desarrollo y bienestar a los habitantes del mismo.

Se definió como un candidato muy fuerte puesto que tenía el respaldo de la militancia de su partido, toda vez que consiguió 8 mil un firmas de priístas para el proceso de registro de su candidatura y al evento del mismo, acudieron según sus cifras más de 25 mil.

Tras la negativa del registro, se asumió víctima de una conspiración para obstaculizar su pretensión, misma que era auspiciada por su propio partido y señaló al entonces representante del mismo ante el órgano electoral, Martín Darío Cazarez Vázquez, como el operador de esa práctica, quien supuestamente también estaba al servicio del gobernador en turno, Andrés Rafael Granier Melo.

También admitió, que hizo una promoción de su imagen y de su nombre, motivo del caso judicial de este estudio, pero lo justificó en una publicidad empresarial, evidenciando, incluso, como hubo un análisis jurídico entre él y los empresarios de los medios de comunicación para tener la seguridad de que respetarían la regulación de medios de comunicación.

De hecho, como podemos apreciar en la categoría de virtudes del político, De los Santos Bertruy destaca su respeto a la ley como una de sus fortalezas; además de sus 31 años de militancia en el PRI, los 17 años como funcionario en la administración pública en los que dijo siempre aportó a su partido y lo apoyó.

Se definió como un ciudadano cuyo éxito personal se basaba en la cultura del esfuerzo, la cultura del ahorro y la lucha por la legalidad por las vías pacifistas, pues no le gustaba la violencia.

Como militante priísta, su mayor virtud fue la lealtad a su partido, aunque se le acusó de buscar acuerdos con otros partidos políticos como el principal opositor del PRI, el PRD, hasta de un supuesto encuentro con Andrés Manuel López Obrador, sin resultados aparentes. Por lo que habló de postergar su fin hasta el proceso electoral ordinario 2011-2012, cuando representó al PRD y se convirtió finalmente en el presidente municipal de Centro, al ganar la elección del 1 de julio de 2012.

La propuesta política fue ofrecer servicios jurídicos gratuitos, mencionó que durante el periodo en que se promocionó llegó a tener unos 250 casos.

En el caso Bertruy, en el mensaje se ponderó la persona del político y sus virtudes como ciudadano y militante, sobre una propuesta política a la sociedad que tuvo como sustento la publicidad de un despacho de abogados.

6.1.2. Caso Mier y Terán

El análisis provino de 21 textos, entre notas informativas y entrevistas transmitidas en noticieros de radio (XEVT, Radio Tabasco Hoy) y televisión (TV Azteca Tabasco, Televisa Canal 9), entre el 13 de diciembre de 2011 y el 24 de enero de 2012, que forma parte del caso judicial; cuyas versiones estenográficas dieron origen a la Unidad Hermenéutica (HU) Mier y Terán, documento primario en formato .rtf, el cual, el sistema informático dividió en 101 párrafos para facilitar la selección de las citas y su catalogación en las categorías.

Jaime Mier y Terán Suárez difundió las propuestas y las acciones de la fundación denominada Isabel De la Parra de Madrazo en los medios de comunicación, en su calidad de presidente de la misma; razón por la que se le inició el caso judicial antes referido. De esto, cabe destacar que la presencia de Mier y Terán en los medios de comunicación concluyó tres semanas antes de que iniciará el periodo de precampañas electorales del proceso electoral ordinario 2011-2012, previsto por la autoridad electoral del 15 de febrero al primero de marzo de ese año para el cargo de gobernador del estado.

Datos de Identificación	
HU	Mier y Terán. Atlas ti
Archivo	E:\Tesis doctoral 2015\Técnicas de recolección de datos\Análisis de textos\Mier\Mier y Terán.hpr5
Editado	Claudia
Fecha	27 de agosto de 2015
Hora	10:01:12 a.m.
Citas	54

A. Categoría: Intencionalidad

Cita	Párrafo	Texto de la cita
1:1	4:4	Nosotros vamos a participar en el proceso sea cual sea el prendimiento que el partido indique hasta el final y absolutamente ninguna intención declinar porque ni siquiera se han puesto las reglas en las que vamos a participar no habría ninguna razón para declinar en ningún proceso , en tanto no se hayan definidos las reglas
1:5	20:20	Lo voy a buscar con disciplina, lo voy a buscar privilegiando la unidad y creo que se puede lograr. Tendremos que escoger al mejor con métodos claros, transparentes que satisfagan a todos y desde luego el que no resulte candidato pues tendrá que sumarse para que Tabasco gane y para que el partido tenga el triunfo en dos mil doce.
1:7	26:26	bueno ahora yo he sido considerado por mi partido entre los diez aspirantes al Gobierno del Estado cosa que me llena de orgullo lo voy a llevar hasta el final de la contienda
1:8	30:30	Bueno yo te voy a decir con toda claridad, no tengo ningún absoluto interés, ni ser ni Diputado Local, ni Diputado Federal, ni Senador, ningún otro cargo público, ni administrativo ni de elección popular, yo voy actuar con seriedad la aspiración de ser Gobernador de Tabasco
1:13	40:40	Absolutamente, en tanto mi partido ponga reglas claras, participaremos con alianza o sin alianza hasta el final , y después, respetaremos con disciplina y con unidad, la decisión del partido.
1:18	44:44	el Partido Revolucionario Institucional me ha distinguido considerándome en ese grupo de diez aspirantes a la candidatura por el gobierno del estado , desde luego que con mucho orgullo participo, con mucho gusto voy a estar ahí hasta el final de la contienda
1:20	48:48	todos los que queramos participar con nuestros derechos vigentes lo debemos y lo podemos hacer y la segunda ¿por qué quiero gobernar Tabasco? Porque tengo una propuesta , con mucho respeto a quienes aprecio y quiero mucho que son mis compañeros de partidos, yo no he oído propuestas, tenemos que dejar de pensar en ganar una elección

		para un personaje o para un grupo político, tenemos que pensar en ganar una elección para Tabasco, para el futuro de Tabasco,
1:22	48:48	si yo son inelegible que me demuestren que son inelegible y con mucho gusto lo acepto, pero nadie me lo ha demostrado, aunque no es el caso porque todas las encuestas, las propias y las ajenas que yo he revisado donde yo aparezco, en todas estoy en los cuatro primero lugares a menudo estoy en el tercer lugar y todos estamos en un grupo relativamente compacto, o sea, que no hay grandes diferencias entre el primero y el tercero y el cuarto, de manera que no puedo ser excluido por ninguno de esos métodos , es equivocado hacer eso, además al que este en el último lugar en las encuestas también hay que incluirlo, porque todos vamos a necesitar participar en este proceso.
1:25	52:52	me siento bien posicionado en todas las encuestas que yo he visto,
1:27	57:57	pero si no me permiten participar de una manera equitativa y transparente si voy a impugnar el proceso.
1:30	61:61	Yo no estoy declinando a ninguna aspiración , muchos actores políticos, ex presidentes del partido, Diputados Locales, Diputados Federales, los mismos aspirantes, todos hemos coincidido en que los estatutos del partido son muy claros, la manera de participar en las contiendas internas en busca de una candidatura, con claridad los establecen los estatutos, debe ser incluyente y debe de permitir el acceso a todos los que sean elegibles, en mi caso yo soy elegible
1:31	61:61	por lo tanto, siendo elegible yo me voy a inscribir al proceso y voy a asegurarme de que las condiciones en que la convención de delegados elija al candidato del partido sea de manera incluyente, equitativa y legal, apegada a los estatutos del partido, las leyes y a los preceptos constitucionales y además los propios estatutos
1:32	61:61	de manera que yo voy a participar y voy a impugnar en caso de que esta participación no se me permita en esas condiciones de equidad y legalidad,
1:33	65:65	La manera de participar en las contiendas internas en la búsqueda de alguna candidatura, con claridad lo establecen los estatutos, deben ser incluyentes y debe permitir el acceso a todos los que sean elegibles, en mi caso yo soy elegible
1:36	69:69	Yo me voy a inscribir al proceso y voy a asegurarme de que las condiciones en que la convención de delegados elija al candidato del partido sea de manera incluyente, equitativa y legal, apegado a los estatutos del partido, a las leyes y a los preceptos constitucionales y además los propios estatutos establecen los métodos en los que uno puede impugnar los procedimientos cuando no se de en los términos que mencionan, de manera que yo voy a participar y voy a impugnar en caso de que esta participación nos e me permita en esas condiciones
1:37	73:73	nos vamos a inscribir al proceso porque no hay hasta ahora ninguna disposición en los documentos básicos del partido, que nos impida participar en la contienda.
1:38	77:77	nos vamos a inscribir a la convención de delegados , vamos a participar como lo hemos dicho, no importa qué negociación se hayan hecho en el estado o en México, las condiciones que establece los documentos básicos del partido nos permiten participar y lo vamos hacer
1:39	81:81	los estatutos del partido dicen con claridad quienes somos elegibles , en qué condiciones de equidad debemos de participar
1:40	85:85	todos los que podemos inscribirnos, porque contamos, tenemos la

		aspiración y contamos con todos los derechos legítimos de aspirar a esa candidatura
1:47	97:97	mi aspiración sigue siendo candidato del PRI al gobierno de Tabasco
1:49	101:101	yo tengo la convicción clara de que tengo una aspiración , de que tengo razones para aspirar no solamente un capricho , sino que hay gente que me apoya , hay encuestas que me marcan como una de las gentes que tiene posibilidades y no hay ninguna razón para que no participemos
1:54	101:101	me voy a inscribir en un proceso que tengo derecho a inscribirme y voy a exigir que desde luego que el proceso se apegue a los estatutos del partido , yo creo que eso es muy natural, no estoy atacando a nadie y mucho menos al partido

A. Categoría: Virtudes del Político

Cita	Párrafo	Texto de la cita
1:4	16:16	estoy listo para servir a Tabasco , tengo el carácter y la mano firme para combatir la inseguridad , tengo al experiencia como servidor público para llevar a Tabasco a los primeros lugares, soy un hombre honesto y creo que el combate a la corrupción es la piedra fundamental donde deberá cimentarse el nuevo Tabasco.
1:6	26:26	en mi vida yo realmente no me he formado como político, si estudie Administración Pública y Maestría en Políticas Publicas porque mi quehacer me lo imponía fui Secretario de Salud del Estado y fui Diputado Local como todo mundo sabe
1:9	36:36	Bueno, si no me convence pues yo estaré de acuerdo con mi partido yo creo en la ideología del partido por eso no me convence esa gente que se cambia de un partido u otro cuando no tienen en el cargo público que buscaban.
1:19	44:44	uno es priista porque tiene una ideología , uno es priista porque tiene una ideología liberal, de economía mixta, un estado laico, un estado participativo, yo no comparto una ideología de extrema izquierda ni de extrema derecha, por eso soy priista y no soy priista por tener un cargo público, he ocupado con mucha distinción, con mucho honor cargos públicos tanto de elección popular como dentro de la administración gubernamental, pero también he estado fuera de la administración pública y he seguido participando como militante priista dentro de la sociedad civil y lo hago con mucho orgullo en mi profesión
1:21	48:48	creo que tengo la experiencia para llevar a Tabasco al primer lugar nacional en lo que nos proponemos
1:23	48:48	yo no he tomado ninguna decisión de salirme del partido pero si voy a exigir con absoluta claridad lo digo que los estatutos sean respetados, que mis derechos políticos sean respetados y que el proceso se haga incluyente en condiciones de equidad y desde luego legítimo apegado a la legalidad
1:24	48:48	Pero mi postura no va cambiar, yo no estoy negociando nada , no vengo a negociar, yo vengo a elegir mis derechos políticos, desde luego yo

		apunto a la unidad del partido no a la destrucción del partido , nunca lo he hecho y no lo voy hacer ahora pero tengo toda la razón en exigir mis derechos políticos.
1:26	57:57	creo que se puede retomar con mucho trabajo muy intenso el rumbo adecuado, todos vamos a colaborar, yo voy a colaborar , no estoy empeñado en eso y mucho menos no estoy buscando un cargo público, ni una negociación
1:28	57:57	si yo soy el que tiene las preferencias de la población, como pienso que lo puedo ser, yo debo encabezar con una propuesta clara a los esfuerzos del partido, para obtener la victoria el primero de julio y si no soy yo estoy en el firme compromiso y así lo he expresado públicamente y ante los órganos directivos de nuestro partido, públicamente digo que no importa el nombre de quien sea, lo voy apoyar con todo lo que tengo, pero tiene que hacerse las cosas bien, es lo único que estamos pidiendo, lo estamos pidiendo con anticipación, no va haber sorpresa.
1:29	57:57	vamos apoyar porque somos una gente disciplinada institucional y que busque el bien de Tabasco, no busque complicaciones.
1:34	64:64	por lo tanto, siendo elegible yo me voy a inscribir al proceso y voy asegurarme de que las condiciones en que la convención de delegados elija al candidato del partido sea de manera incluyente, equitativa, legal, apegado a los estatutos del partido, a las leyes y a los preceptos constitucionales y además los propios estatutos
1:35	65:65	de manera que yo voy a participar y voy a impugnar en caso de que esta participación no se me permita en esas condiciones de equidad y legalidad ,
1:41	85:85	desde luego ser yo quien lo encabece, pero si no soy yo, dentro de un proceso tranquilo y transparente, te juro que lo que quiero es apoyar con todo lo que yo pueda a nuestro candidato, que se llame Luis Felipe Graham, que se llame Jesús Alí, que se llame Evaristo, que se llame Gina Trujillo, Pancho Herrera o Floricel Medida, que se llame como se llame, eso no me importa, lo voy apoyar con todo y lo digo abiertamente y en serio, pero que se hagan las cosas bien, porque no estamos transitando y eso todo mundo lo piensa, por un camino que nos vaya a conducir al triunfo,
1:42	85:85	Yo voy aceptar desde luego y te lo digo abiertamente y con sinceridad, al triunfador del proceso interno que avale la convención de delegados, si lo voy hacer, siempre y cuando esa convención de delegados actúe de acuerdo a los estatutos
1:43	85:85	todos vamos a colaborar, yo voy a colaborar , no estoy empeñado en eso y mucho menos no estoy buscando un cargo público con ninguna negociación.
1:44	85:85	si yo soy el que tiene las preferencias de las población, como pienso que lo puedo ser, yo debo encabezar con una propuesta clara a los esfuerzos del partido, para obtener la victoria el primero de julio y si no soy yo estoy en el firme compromiso y decirle expresado públicamente y ante los órganos, directivos de nuestro partido, públicamente digo que no importa el nombre de quien sea, lo voy apoyar con todo lo que tengo, pero tiene que hacerse las cosas bien
1:45	85:85	vamos apoyar porque somos una gente disciplinada institucional y que busque el bien de Tabasco
1:46	97:97	vamos a apoyar con todo el que este mejor posicionado , pero en

		democracia
1:48	87:87	tengo una propuesta , tengo el apoyo de mucha gente y tengo la experiencia y la convicción y la mano firme para gobernar a Tabasco
1:50	101:101	si no tenemos la oportunidad de representar al partido, desde luego nos vamos a sumar a quien resulte candidato
1:51	101:101	si soy Madracista, en el sentido de que yo busco seguir los principios de quien pensó democratizar la vida del país y desde luego la vida del partido
1:52	101:101	Yo soy Madracista de Carlos Madrazo, yo creo que los Madracistas que hay en Tabasco y en el país somos los Madracistas, Carlos Madracistas, seguimos un principio filosófico en la democracia interna de nuestro partido, pero también en la democracia nacional, hemos avanzado mucho en la democracia y sabes que pienso, que la democracia en la que estamos viviendo los mexicanos nos está quedando muy grande a los políticos
1:53	101:101	no es mi estilo estar criticando sobre todo públicamente, yo cuando tengo algo que decir, lo digo de frente, en persona,

B. Categoría: Propuesta del Político

Cita	Párrafo	Texto de la cita
1:2	14:14	Súbete al cambio es hoy el grito de esperanza de miles de tabasqueños y tabasqueñas que quieren un mejor futuro para sus hijos.
1:3	15:15	las principales propuestas que priorizaron casi diez mil tabasqueños como son, la alianza por la seguridad , por la revolución educativa , por el empleo , por la salud , el rescate del campo , apoyo a las mujeres , a los jóvenes , gestión por mayores recursos, cuidado del medio ambiente y del agua .
1:10	40:40	Tabasco necesita un gobierno fuerte y eficiente , pero también una sociedad civil mucho más participativa y tratamos en términos generales en muchas, las opiniones, muchas las soluciones para Tabasco , pero tratamos de resumirlas en diez grandes puntos , lo que tiene que ver con eh... seguridad , lo que tiene que ver con educación, cómo hacer que la educación de Tabasco sea realmente una educación de excelencia , lo que tiene que ver con el tema del agua y de la cuestión ecológica , lo que tiene que ver con las mujeres tabasqueñas, que es un tema sumamente importante, como detonar más inversión y más empleo en Tabasco , un punto fundamental: Cómo hacer que el desarrollo de Tabasco, se cimente en las bases de la honestidad, la transparencia y el combate a la corrupción.
1:11	40:40	Cómo hacer para generar más apoyos de la inversión pública federal en Tabasco, Tabasco le da mucho al país.
1:12	40:40	lo sigue es, primero activar a la sociedad civil, un gran porcentaje, una parte muy importante de lo que hay que hacer en Tabasco, depende de la

		sociedad civil organizada y otra parte desde luego, muchas de las conclusiones, tienen que ver con acciones de gobierno, necesitamos sí, mucho, de cambios en políticas públicas , implementar nuevas políticas públicas o... maximizar algunas de las ya existentes, pero yo creo que lo más sustancial de esto, lo más rico es... como incentivar a la sociedad civil organizada, a los sindicatos, a los empresarios a las gentes del campo, para que participen más en la vida colectiva del estado y lo hagamos un estado más seguro y más próspero.
1:14	44:44	Tabasco necesita un gobierno fuerte y eficiente , pero también necesita una sociedad civil mucho más participativa, de manera que las conclusiones si tienen ideas de políticas públicas , pero también tiene muchas ideas de lo que la sociedad tiene que hacer para cambiar el rumbo de Tabasco
1:15	44:44	resumimos en diez puntos, tenemos que hacer una alianza por la seguridad , necesitamos si una mejor policía , sí un mejor sistema de readaptación social , pero también nuevas propuestas y nuevas oportunidades para los jóvenes , porque si bien es cierto que son jóvenes la mayoría de los delincuentes, también las principales víctimas de la delincuencia son jóvenes
1:16	44:44	hay extraordinarias oportunidades para detonar inversiones y fuente de empleos en Tabasco , pasan por el turismo, pasan por la empresa, pasan sobre todo por el tema del campo, extraordinarias oportunidades para el campo tabasqueño, con soluciones muy claras, el tema de las mujeres desde luego extraordinario, la gran mayoría de ellas piensan que debe de haber una Secretaría de la mujer en Tabasco , para concentrar todas las políticas públicas en materia de atención a las mujeres que debe hacerse ley el banco de las mujeres, que ha sido una política pública exitosa en todo el mundo y un tema que destacó mucho en las opiniones de todos es el futuro de Tabasco debe cimentarse en una base de transparencia, honestidad y combate a la corrupción , nos llamó mucho una propuesta también muy reiterativa, el patrimonio y el salario de todos los servidores públicos debe ser público, porque lo paga el pueblo, entonces no hay derecho a la confidencialidad
1:17	44:44	Sirve como un plan de estado, de gobierno y sociedad , el estado está compuesto por el gobierno, pero también por la sociedad civil que se organiza, que trabaja activamente, en alguna ocasión platicábamos de aquel gobernante dormido en su silla, en su sillón grande, en su curul, pero también del pueblo dormido en una hamaca, hay que levantar primero al pueblo, para que zamarree al que está sentado dormido en la silla y todos juntos cambiar el rumbo del estado

Jaime Mier y Terán Suárez, a tres semanas de que iniciarán las precampañas electorales en Tabasco, periodo en que los partidos políticos seleccionan a sus candidatos, anunció su interés por representar al PRI en el proceso electoral 2011-2012, cuya fecha de elección fue el primero de julio.

Le restó importancia a que su partido fuera solo a la contienda electoral o en alianza, al precisar que su intención por el candidato del PRI al gobierno del estado.

La regulación de los medios de comunicación en México



Aseguró estar en los primeros tres o cuatros lugares de las encuestas de preferencias aplicadas por su partido en la que incluyeron a 10 políticos, entre éstos, Mier y Terán. Además dijo estar amparado por la militancia de su partido que le manifestaba su respaldo.

Como virtudes de su persona, dijo ser honesto y como político enfatizó ser propositivo, tener experiencia y convicción para llevar a Tabasco a los primeros lugares de indicadores productivos, mano firme para combatir la seguridad.

Mier y Terán destacó su preparación, que a parte del ejercicio de la medicina contaba con maestrías en Administración Pública y Políticas Públicas, además de aplicarlas cuando fue Secretario de Salud y diputado local.

Como militante priísta se definió como un ideólogo liberal que apoya la economía mixta y el estado laico, en contra de la izquierda o la derecha extrema, apostarle a disciplina institucional y a la lealtad del partido pues no comulgaba con la gente que cambiaba de partido al no conseguir sus pretensiones de candidaturas y ser de la corriente madracista; condición que nunca ocultó toda vez que la fundación responde al nombre de Isabel De la Parra de Madrazo, esposa de Roberto Madrazo.

Finalmente, no consiguió la nominación por su partido, se sumó a la candidatura del PRD, representada por Arturo Núñez Jiménez; incluso, se le acusó por hacer aportaciones económicas extraordinarias a la campaña; condición que se alegó ampliamente, pero se le exoneró. El caso inició el 31 de enero de 2014 bajo la nomenclatura OTF/PQ/PRI/001/2014 y se resolvió el 27 de diciembre del mismo año. En la administración pública de Núñez Jiménez asumió la Dirección del Colegio de Bachilleres de Tabasco.

Mier y Terán tuvo como propuesta central las conclusiones de los foros realizados en la Fundación Isabel de la Parra de Madrazo, enfocado en 10 temas como empleo, educación, combate a la corrupción, transparencia, ambientalistas, de jóvenes y mujeres, concentrados en un documento al que llamó un plan de estado, de gobierno y sociedad. Aseguró que Tabasco necesitaba un gobierno fuerte y eficiente con una sociedad civil participativa.

Cabe precisar que los temas puntuales ofertados por Mier y Terán, se dirigieran como público objetivo a las mujeres y los jóvenes, como se describimos al inicio de este trabajo de investigación, ambos sectores poblacionales, conforman casi un 70 por ciento de los clientes electorales.

6.1.3. Caso Priego Tapia

El análisis provino de textos, entre notas informativas y entrevistas transmitidas en el noticiero Notinueve de Televisa Canal 9, el 18 y 24 de enero de 2012, en sus ediciones nocturna y vespertina, respectivamente, que forman parte del caso judicial; cuyas versiones estenográficas dieron origen a la Unidad Hermenéutica (HU) Priego, documento primario en formato .rtf, el cual, el sistema informático dividió en 13 párrafos para facilitar la selección de las citas y su codificación en las categorías.

Las notas informativas se redujeron a dos, toda vez que en el caso judicial, se dispensó la inserción de las versiones estenográficas de la totalidad de las pruebas técnicas al momento de efectuarse la audiencia de pruebas y alegatos pero por acuerdo de los participantes se dieron por desahogadas, por lo que solo se transcribieron dos de éstas.

Gerardo Priego Tapia fue señalado en el caso judicial, objeto de este estudio, por la difusión en medios de publicidad outdoor como espectaculares y pendones de un programa radiofónico del cual era su titular transmitido en XEVA y de las que según sus denunciantes constituía una forma disfrazada de publicidad personal con fines electorales, para sustentar este dicho se presentaron las notas informativas y entrevistas en medios de comunicación.

Las notas periodísticas en referencias delimitan su presencia en medios de comunicación hasta el 24 de enero de 2012, a tres semanas de que iniciara el periodo de precampañas electorales prevista por la autoridad electoral del 15 de febrero al primero de marzo de 2012 para la selección de candidatos de los partidos para el cargo de gobernador del estado.

Datos de Identificación	
HU	Priego.Atlas ti
Archivo	E:\Tesis doctoral 2015\Técnicas de recolección de datos\Análisis de textos\Priego\Priego.hpr5
Editado	Claudia
Fecha	27 de agosto de 2015
Hora	09:57:48 a.m.
Citas	8

A. Categoría: Intencionalidad

Cita	Párrafo	Texto de la cita
1:4	3:3	en ellos declinar a favor de nosotros , pero que ni se le ocurra que va a pasar al revés, aquí hay un claro contraste entre lo que puede ofrecer una generación de la guerra fría y lo que puede ofrecer una generación que puede comunicarse con millón 400 mil jóvenes que tiene este estado ; entonces las oportunidades me parecen que son totalmente diferentes
1:8	13:13	

B. Categoría: Virtudes del Político

Cita	Párrafo	Texto de la cita
1:1	3:3	Nosotros estamos confiando en las características y cualidades que tenemos en el equipo ciudadano y panista que está compitiendo en esta propuesta, no vemos nosotros la capacidad de los otros partidos de hablar con la ciudadanía como lo podemos hacer nosotros
1:5	13:13	

C. Categoría : Propuestas del Político

Cita	Párrafo	Texto de la cita
1:2	3:3	es el tema de lo que están proponiendo para llevar un estado que hoy está en esta situación de desventaja a nivel nacional, para llevarlo junto con 1 millón 400 mil chavos en términos cronológicos, para llevarlos a ese nuevo Tabasco que nosotros estamos ofreciendo
1:6	13:13	
1:3	3:3	nuestro objetivo está no en la estructuras, no somos un partido de estructuras ni lo hemos sido nunca en ninguna parte del país, ellos no ganaron con estructuras, ganaron con la sociedad, nosotros les estamos hablando a la sociedad, esa sociedad que está harta precisamente de tanta corrupción
1:7	13:14	

Gerardo Priego Tapia habló de que los partidos políticos identificados con ideologías de la guerra fría declinarían a favor de los panistas, a tres semanas de que iniciaran las precampañas electorales del año 2012, el tema era la conformación de coaliciones entre las diversas fuerzas políticas para postular candidatos comunes.

Aunque evitó usar la primera persona del singular, sí habló en tercera persona del plural al destacar la capacidad de interlocutores con la sociedad como las virtudes del equipo ciudadano y panista con el que coincidía; condición que la convirtió en la propuesta del mismo, al asegurar que de ganar, lo harían con la apuesta ciudadana más que con la estructura partidista.

Las dos notas informativas son coincidentes a pesar de haber casi una semana de diferencia entre una y otra en la fecha de su transmisión, pero la relevancia estribó en que el 18 de enero de 2012, la dirigencia estatal de ese partido anunció la presencia de los ex gobernadores Ernesto Ruffo Appel, de Baja California; Fernando Canales, de Nuevo León; Patricio Patrón Laviada, de Yucatán, e Ignacio Loyola Vera, de Querétaro como ponentes en un evento organizado por la Fundación Impulsa tu desarrolla presidida en ese entonces por Priego Tapia y en la que hubo pronunciamientos a favor éste para ser el candidato de ese partido al gobierno del estado de Tabasco.

Priego Tapia en ese acto confirmó su pretensión, que se materializó, convirtiéndose en el candidato del PAN al gobierno del estado en el proceso electoral ordinario 2011-2012, no ganó, quedó en tercer lugar. Fue el único amonestado con sanción económica por violentar la ley electoral.

Al igual que Mier y Terán, las propuestas de Priego Tapia destinada a los jóvenes, tiene su razón, en el hecho que entre los estudiantes del último semestre del nivel bachillerato y los universitarios, constituían alrededor de un 40 por ciento de los clientes electorales para el proceso electoral ordinario 2011-2012.

6.1.4. Caso Cabrera Sandoval

El análisis provino de textos, una nota informativa transmitida en el noticiero radiofónico Telerreportaje (XEVT) el 18 de agosto de 2014, que forma parte del caso judicial; cuya versión estenográfica dio origen a la Unidad Hermenéutica (HU) Cabrera, documento primario en formato .rtf, el cual, el sistema informático dividió en 6 párrafos para facilitar la selección de las citas y su codificación en las categorías.

La nota informativa referida junto con otra publicada en un periódico fueron las únicas pruebas técnicas ofrecidas con el fin de establecer si se le podía dar la calidad de aspirante a un cargo de elección popular al diputado local por el municipio de Jalpa de Méndez y vicecoordinador de la fracción parlamentaria del PRD, Francisco Javier Cabrera Sandoval.

Datos de Identificación	
HU	Cabrera.Atlas ti
Archivo	E:\Tesis doctoral 2015\Técnicas de recolección de datos\Análisis de textos\Cabrera \Cabrera.hpr5
Editado	Claudia
Fecha	27 de agosto de 2015
Hora	09:53:14 a.m.
Citas	5

A. Categoría: Intencionalidad

Cita	Párrafo	Texto de la cita
2:1		Quienes hacemos política, aspiramos,
2:2		yo no me descarto, al contrario me encarto en participar
2:3		solamente que soy un aspirante en silencio
2:4	4:4	vamos a participar en su momento buscando la Primera Regiduría del municipio donde he vivido, he crecido
2:5		Me voy a adaptar a los mecanismos que plante el partido donde milito, el Partido de la Revolución Democrática

Francisco Javier Cabrera Sandoval a cuatro meses de que se celebrara su segundo informe legislativo, habló abiertamente de buscar la candidatura de su partido, el PRD, para la presidencia municipal de Jalpa de Méndez; aunque no se acreditó mayor presencia en los medios de comunicación bajo la modalidad de cobertura informativa de sus actividades, toda vez, que a partir del año 2014, se penalizó la contratación de espacios en medios de comunicación bajo cualquier modalidad; se le encontró responsable de rebasar los límites establecidos en la ley para la difusión de los informes como servidor público. La resolución final del caso

consistió en informarle a su superior jerárquico, el Congreso del Estado, para que determinara la sanción correspondiente, condición que no se cumplió.

Cabrera Sandoval compitió por la presidencia municipal de Jalpa de Méndez el 7 de junio de 2015 y ganó la elección.

Primera Descripción: Los mensajes de los políticos

Del proceso electoral ordinario 2009 al proceso electoral ordinario 2014-2015, la intención los mensajes de los políticos emitidos a través de notas informativas y entrevistas es manifestar su aspiración por un cargo de elección popular, y en los que reiteradamente expresan sus virtudes como políticos que descansan en su formación académica, en su trayectoria en la administración pública, en su militancia, en cualidades de liderazgo como saber escuchar, ser incluyentes, carismáticos por tener cierta cantidad de seguidores, finalmente, exhibieron definición ideológica y tener propuestas para la atención de las preocupaciones de los ciudadanos en temas como el empleo, la educación, la seguridad pública, el cuidado del medio ambiente y uso racional de los recursos, formas de gobernar con la sociedad y el manejo de la hacienda pública.

Los mensajes de los políticos emitidos, en fechas en las que ya se realizan o están por efectuarse los procesos de selección de candidatos de los partidos políticos a cargo de elección popular, dicen yo quiero ser, soy el idóneo porque tengo virtudes como las descritas en el párrafo anterior, y además tengo la propuesta lista para cómo gobernar.

Los procesos para el envío de los mensajes han evolucionado, en el año 2009 se usó la publicidad de servicios profesionales gratuitos, en el año 2012, la promoción de actividades de fundaciones, en el 2015, la difusión de informes legislativos; aunque la vía para presentarlos es diversa como ya lo planteamos, la intención es la misma, posicionar el nombre y la fisonomía del político.

6.2. La propaganda electoral

Para este apartado, se recurrirá a la propuesta de Oliver Pérez Latorre sobre la proximidad de la semiótica y la psicología cognitiva como los referentes para la lectura de los discursos mediáticos, Pérez Latorre sostiene que estas áreas de estudio ofrecen mejores opciones para acercarse a conclusiones a aquello que sí llega al imaginario del público y para afinar los diagnósticos sobre la imagen pública de determinados sujetos, instituciones o temas en los medios de comunicación de masas (Latorre, 2012).

6.2.1. Fase de descomposición

Según Latorre para efectuar el análisis semiótico debemos hacer una descomposición del discurso mediático, para este caso, contenido en la propaganda electoral de los políticos objetos de este estudio, para ello, Latorre nos advierte de la implementación de un esquema de lectura y una estratificación con un determinado horizonte de expectativas en una enunciación que facilite identificar el diálogo entre el autor y el receptor del discurso a través de los anuncios, nos centraremos en los discursos de los políticos.

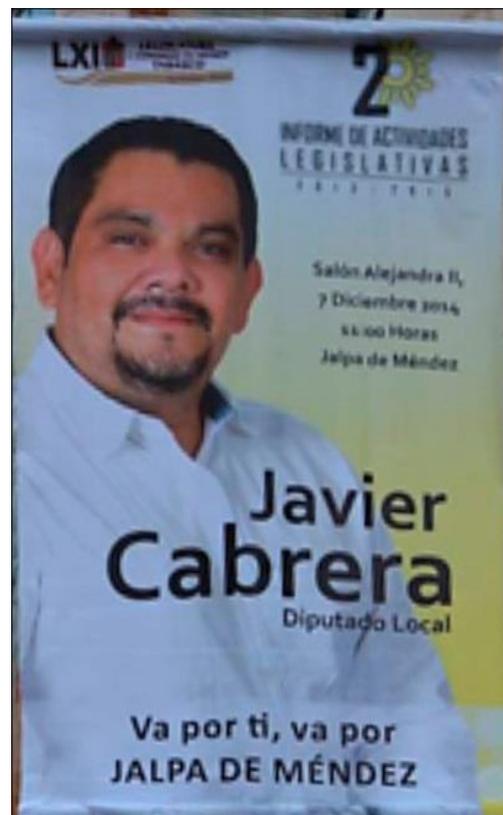
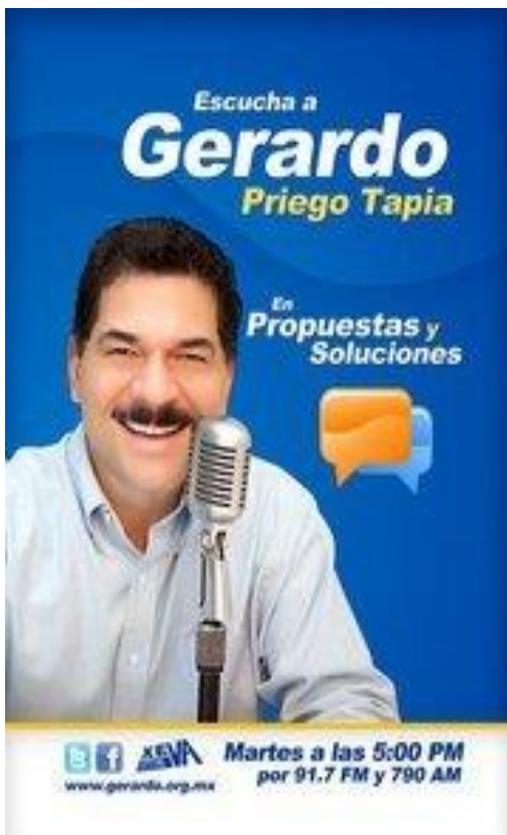
El primer marco es la composición plástica a través de las técnicas de encuadre de la fotografía. Con base en la propuesta de la red internacional de periodistas en la que expone los tipos de encuadre y sus sugerencias de uso⁹⁸, al citar a los encuadres denominados primer plano corto y plano general, aduce que se emplean básicamente para centrar la fotografía en la persona, para capturar emociones, sentimientos, y particularmente en el plano general, para hacer énfasis en la acción; por lo que por lo general, en este tipo de encuadres, las personas o las situaciones de acción ocupan al menos el 75 por ciento de la composición plástica para destacar la relevancia del sujeto o la situación.

⁹⁸ Cfr. Los diferentes planos de filmación y cuando conviene usarlo de Josefina WILD publicado el 3 de junio de 2011 en la red internacional de periodistas. Disponible en <https://ijnet.org/es/blog/los-diferentes-planos-de-filmaci%C3%B3n-y-cu%C3%A1ndo-conviene-usar-cada-uno> Consultado el 24 de agosto de 2015.

Derivado de lo anterior, también habla de la ubicación espacial en el plano del sujeto o la acción, para los casos que estamos revisando se puede apreciar cómo los políticos están colocados en posiciones opuestas, es decir, totalmente localizados a los extremos derechos o izquierdos. En todos los casos, los sujetos visten camisas blancas y en cuanto a la expresión facial, exhiben amplias sonrisas. A como se aprecia en su conjunto en el siguiente cuadro.



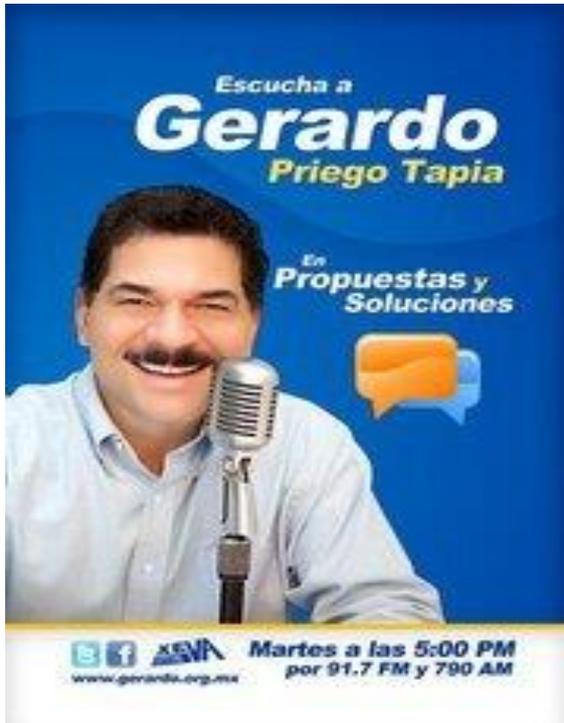
Centro de Acopio Fundación Isabel de la Parra



Fuente: Elaboración propia con los documentos contenidos en los casos judiciales de estudio.

La regulación de los medios de comunicación en México

Otro elemento a considerar en la composición plástica es el uso de colores, al hacer un ejercicio de comparación entre la publicidad que revisamos con la empleada en campañas electorales durante los procesos electorales ordinarios comprendidos entre los años 2009 al 2015.



Publicidad de Gerardo Priego Tapia en el año 2012



Ejemplos de propaganda electoral empleada por candidatos del PAN en el Proceso electoral ordinario 2011- 2012.



Centro de Acopio Fundación Isabel de la Parra

Publicidad de Mier y Terán en el año 2012



Ejemplos de la propaganda electoral de los candidatos del PRI en el proceso electoral ordinario 2011-2012

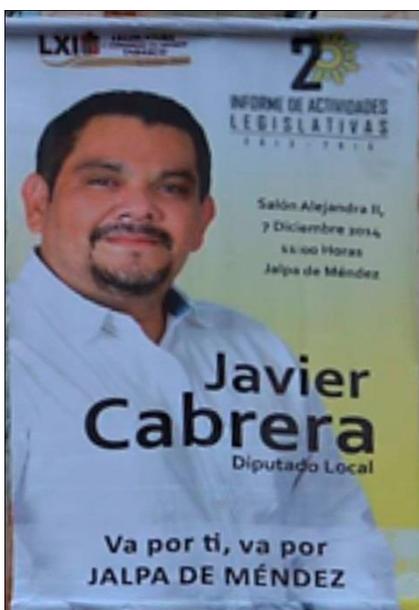




Publicidad de Bertruy en el 2009



Propaganda electoral del candidato del PRD al gobierno del Distrito Federal en el proceso electoral ordinario 2011-2012.



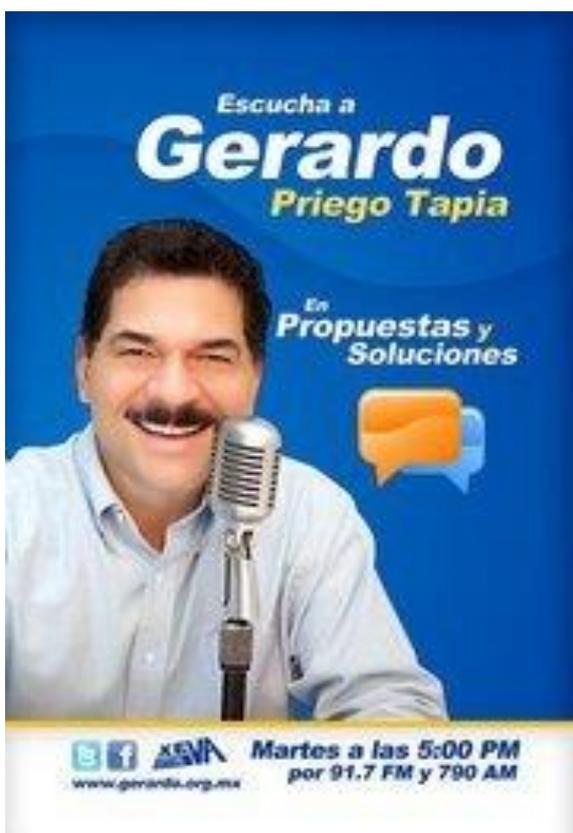
Ejemplo de propaganda electoral de candidatos del PRD

Propaganda de informe legislativo de Cabrera Sandoval

Para la estratificación, se propone la identificación de sujetos y temas a través de la de los enunciados incluidos en la composición visual, de la observación que se hace de los ejemplos antes expuestos podemos identificar: la colocación de nombres y apellidos, direcciones para localizar al sujeto; así como leyendas que supuestamente caracterizan a los sujetos a como se ilustra seguidamente.

De las leyendas, una de las características de las mismas es su síntesis; suelen funcionar como moldes donde ir organizando y aglutinando la información del texto desde un principio y a lo largo del mismo, su número de unidades sintácticas es reducido (Latorre, 2012)

Unidades sintácticas de Priego Tapia: Escucha, Gerardo Priego, en XEVA, Martes a las 5:00 pm.



Unidades sintácticas de Mier y Terán: Centro de Acopio Isabel de la Parra, Juntos somos más fuertes



Centro de Acopio Fundación Isabel de la Parra

Unidades sintácticas de Bertruy: Humberto de los Santos Bertruy, Despacho de Abogados, Pedro Fuentes número 822 casi esquina Mina, Centro, A un costado de la Central Camionera ADO, llámanos 0449933967000, Juntos lo resolvemos.



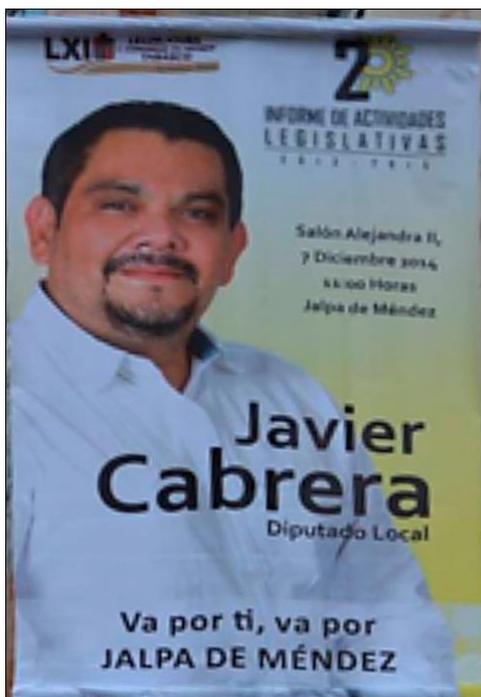
HUMBERTO DE LOS SANTOS
BERTRUY
DESPACHO DE ABOGADOS

PEDRO FUENTES # 822, CASI ESQUINA MINA, CENTRO.
(A UN LADO DE LA CENTRAL CAMIONERA ADO)

LLÁMANOS: 0449933 967000

**JUNTOS LO
RESOLVEMOS**

Unidades sintácticas de Cabrera Sandoval: Javier Cabrera, Diputado local, Sexagésima Primera Legislatura, Segundo informe de actividades legislativas, Va por ti, Va por Jalpa de Méndez.



**Va por ti, va por
JALPA DE MÉNDEZ**

6.2.2. La interpretación del lector estándar

Desde la perspectiva de Latorre, parafraseándolo en este punto, debemos alejarnos de la intención del autor y el trasfondo empírico, para este caso, de la producción de los discursos en los anuncios publicitarios y enfocarnos en los siguientes aspectos centrales.

6.2.2.1. Composición del discurso mediático

La composición del discurso mediático está compuesto por un lenguaje visual y un lenguaje escrito, contenido en pendones y espectaculares propios de los medios de comunicación de masas.

Del lenguaje visual hay uso de encuadres empleados en los medios de comunicación visual como la fotografía, la televisión o el cine; que engrandecen la fisionomía de los sujetos, todos varones, vestidos de camisas blancas o tonos muy claros. Solo en uno de los casos, se ilustra una situación con el uso de un vehículo. La ubicación espacial varía de un sujeto a otro, la mayoría se encuentran localizados en los extremos izquierdos, sólo uno emplea el lado derecho. En el caso de la fisionomía de los sujetos sus expresiones faciales esbozan una sonrisa.

Los colores empleados en los fondos de los sujetos o situaciones que se encuadran, presentan son el azul y naranja, el rojo y el amarillo con negro.

En lo referente al uso del lenguaje escrito conforme a las unidades sintácticas referidas en el punto anterior, ofrece información modular como es el hecho de nombres propios, direcciones y frases con valores como un sujeto que escucha, un sujeto que resuelve, un sujeto que incluye para fortalecer, un sujeto que sabe la dirección del lugar a donde quiere ir.

6.2.2.2. El equilibrio entre la descripción y la interpretación del discurso mediático

La fisionomía y el uso de colores adquieren significación cuando al contrastarse éstos con otros discursos mediáticos como los son otros anuncios elaborados expresamente para la propaganda electoral de candidatos en los procesos electorales ordinarios comprendidos desde el año 2009 al 2015; que al sumar al elemento interpretativo presenta conexiones perceptibles por el canal visual del lector estándar a un conocimiento cotidiano relativo a los tonos oficiales empleados por los partidos políticos.

Las unidades sintácticas y los valores que se aducen como características a los sujetos, tampoco tendrían una significación hasta que son contrastados con los discursos mediáticos a los que hemos hecho referencia anteriormente y a la conexión de colores, ofrecen al lector estándar una organización sencilla y eficaz de la información del discurso al consumir pequeños textos, que lo introducen al tema planteado por el sujeto y que a decir de la psicología cognitiva pasan de manera organizada a la memoria operativa.

6.2.2.3. Interpretaciones de valor general en el discurso mediático

Visto lo anterior, y recurriendo al elemento al interpretativo, tenemos entonces discursos mediáticos centrados en la fisionomía de varones que tienen nombre y apellidos relacionados -dependiendo del uso de los colores-, con partidos políticos, que a su vez, esa relación con los partidos políticos tiene que ver con su ubicación en relación al mismo, del lado derecho o del lado izquierdo.

Sujetos de partidos, de derecha o izquierda, que también proporcionan información para que el lector estándar pueda ubicarlos fácilmente en direcciones concretas, ya sea un despacho, una fundación, una estación de radio o en la oficina sede de un poder público.

Aunado a lo anterior, de las unidades sintácticas y el contraste del punto 6.2.2.2. está la oferta de valores: Sujetos que escuchan, que tienen propuestas y soluciones, pueden resolver en unidad y conjunto, que tienen determinado el lugar al que

pretenden llegar en referencia a su ámbito de acción geográfico, mismo que puede ser un municipio o un estado.

De tal manera que interpretativamente, se le pueden atribuir a estos sujetos valores generales como hombres con liderazgo, propositivos, activos, incluyentes, determinados.

6.2.3. Fase de Recomposición

6.2.3.1. La depuración semántica

Los sujetos son políticos, que si bien están vinculados a partidos políticos, tienen un liderazgo por sí mismos y no por su pertenencia al partido. La promoción es personalizada. El partido está en un segundo plano.

De tal manera que su discurso mediático se centra en la figura de su persona como la única competente para el desarrollo de la política, por ende, tienes las propuestas y soluciones para los problemas sociales que se le planteen, solo es cuestión de recurrir a ellos y hacerlos juntos, solo sumándose a ellos.

6.2.3.2. La modelización: La metáfora cotidiana

De la promoción personalizada a través del liderazgo, la prevalencia de las capacidades humanas sobre las ideas y las propuestas que puedan provenir de un instituto de interés público como son los partidos políticos definidos así constitucionalmente en México de las capacidades humanas.

Esta concepción de la prevalencia del hombre sobre las propuestas tiene referentes históricos en México en temas como los caudillismo⁹⁹ que provinieron de la

⁹⁹ El caudillismo en la Independencia de México. Disponible en <http://www.informador.com.mx/cultura/2010/225897/6/el-caudillismo-nace-en-la-lucha-de-independencia.htm>. El caudillismo en la Revolución Mexicana. Disponible en : <http://www.cristoraul.com/SPANISH/Historia->

Revolución Mexicana donde un solo hombre podía hacer el cambio político y social con la complacencia de las élites económicas y hasta actuando más allá de los valores democráticos y fundamentos constitucionales.

Segunda Descripción: La propaganda electoral

La propaganda electoral como tal, en su concepción, procesos y técnicas de producción cumplió sus fines, la promoción personalizada del político; como ya se describió en los apartados anteriores.

6.3. La conducta político-social: La experiencia de los actores

El siguiente apartado se desarrolló en la propuesta de participación política de Anduiza y Boch y Brussino, y que manera conjunta disciernen sobre el comportamiento político no convencional, en el que distinguen como una modalidad la desobediencia a la ley por razones políticas y/o éticas; y que sin embargo, se contraponen a este concepto si se considera que la oposición a la norma necesariamente implique que los actores políticos “no están desafiando la legitimidad de sus gobiernos, sino que expresan sus opiniones y desarrollan tácticas de comunicación política”. (Brussino, 2011), Brussino, además, refiere que algunas de estas tácticas, están sujetas a condicionantes sociales cambiantes.

Como se expuso en la parte de la metodología formal de la investigación, se efectuaron entrevistas cualitativas, personales, de tipo de resultados. El objetivo es conocer a través de los actores involucrados -autoridad electoral, partidos políticos y medios de comunicación-, en los casos judiciales, los efectos de la aplicación del modelo de comunicación política mediante la regulación de medios al momento de organizar los procesos electorales comprendidos entre los años 2009 y 2015.

Las entrevistas se desarrollaron en los ambientes naturales de los expertos seleccionados. Domicilios particulares, empresariales, de la sede del órgano electoral

universal/LASAMERICAS/RevolucionMexicana/DOOR_Mexico.html El caudillismo desde la postrevolución a la aparición de los partidos institucionalizados. Disponible en: http://www.conevyt.org.mx/colaboracion/colabora/objetivos/libros_pdf/sso3_u14lecc2.pdf Consultados el 24 de agosto de 2015.

local y en las estaciones de radio y televisión; y en las redacciones de los diarios de circulación local.

6.3.1. La autoridad electoral: Consejeros presidentes y Secretarios del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco

Las entrevistas se realizaron con los presidentes consejeros y secretarios del Consejo Estatal en funciones en los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012 y 2014-2015; así como con los consejeros representantes de los partidos políticos con acreditación vigente en el órgano electoral. Las entrevistas se llevaron a cabo entre el 22 de julio y el 31 de agosto de 2015.

Enrique Galland Marqués¹⁰⁰

Consejero presidente en el proceso electoral ordinario 2009

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del órgano administrativo electoral local de Tabasco, relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante el ejercicio de su función y atribución en el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Explique las aportaciones o que considere hizo

¹⁰⁰ Enrique Galland Marqués, fue presidente del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, designado el 27 de febrero de 2007. Nombrado en el año 2003 como Consejero Estatal. Fue el primero en aplicar el modelo de comunicación política en la regulación de medios de comunicación implementado en la Reforma Electoral 2007. Impulsó la primera regulación en materia de Propaganda Gubernamental. Modelo que se empleó hasta el proceso electoral ordinario 2014-2015 en Tabasco.

En material electoral, entre otros encargos, fue Consejero Electoral del VI Distrito Electoral Federal y Consejero Local Estatal del Consejo Local del Instituto Federal Electoral (IFE). Licenciado en Relaciones Industriales en la Universidad Iberoamericana en la ciudad de México, Distrito Federal.

En el medio empresarial es presidente del Consejo de Administración de Reciclaje Industrial Galland, S.A. de C.V., presidente del Consejo de Administración de Productora Citrícola del Sureste", S. de P. de R.L; presidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo, en Villahermosa, Tabasco (1979-1980) y miembro del Consejo de Administración del Banco Banamex en Tabasco, México.

la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementados en el modelo de comunicación de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

I. Estado de Derecho. Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?

Sí. Controló a todos los partidos y frenó a los políticos. En mi experiencia, como Consejero Electoral, estuve antes y después de la Reforma Electoral 2007, que prácticamente reestructuró las leyes para la organización de los procesos electorales porque trató de atender todos los temas que generaron malestar en la elección presidencial del año 2006, temas como la fiscalización de los recursos con la creación de figuras autónomas en este rubro como los Órganos Técnicos de Fiscalización, mecanismos para el nombramiento de los Contralores, estableció los tiempos de campaña, introdujo el concepto de precampañas, en fin, varios rubros, entre los que estuvo y causó mayor impacto la regulación de los medios de comunicación. Mayor impacto debido a la naturaleza del tema porque era replantear la relación de los medios de comunicación con los partidos políticos, los candidatos y la propia autoridad electoral.

Según recuerdo, porque lo viví; como empresario me pareció increíble la enorme diferencia en inversión en publicidad en los medios. Cuando en su momento como Consejero Electoral, se discutía la inversión en medios para la promoción del voto, esto antes del 2007, nos presentaban los presupuestos y

me alarmaba que como empresario un spot de radio, por ejemplo, para publicitar mi negocio me costaba 30 pesos, pero cuando se trataba del Instituto, el precio se elevaba hasta 300 pesos; al solicitar justificaciones, los empresarios de los medios te explicaban que había una tarifa comercial y una tarifa política, y sencillamente, esa era el costo.

Después en el 2007, con las nuevas reglas, todos, partidos políticos y autoridad electoral, llegamos a la cero inversión en radio y televisión y sujetarnos a la administración de los tiempos por parte del llamado IFE para la inserción de los spots.

Todo esto, redundó, para la autoridad electoral en ahorros sustantivos ya no había que destinar financiamiento público a radio y televisión, que como ciudadano y empresario me pareció excelente, y a los partidos políticos y políticos, los frenó en sus intenciones de publicitarse, sobre todo a los que tenían mayores recursos por sus financiamientos públicos, en periodos previo a la elección, y les otorgó a los que a los partidos llamados más chicos tener presencia en los medios de comunicación.

Entonces, creo que a partir de ello, hubo definición sobre cómo debían hacerse las cosas y previno casos como los que tuvimos que resolver en el año 2006 en la elección de gobernador de Tabasco, a escasos días de la jornada electoral,¹⁰¹ y que si no se hubiesen tomado las medidas correspondientes hubiesen propiciado condiciones de inequidad en la contienda que fue lo que tanto se atacó cuando se discutió la Reforma Electoral 2007.

A los únicos que no benefició fue a los medios de comunicación, los acotaron su acción, al estar regulados, fueron más monitoreados, vigilados, a

¹⁰¹ El Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco en Sesión Extraordinaria de fecha 4 de octubre de 2006 aprobó el acuerdo identificado como CE/2006/06 por medio del cual ordenó retirar promocionales en radio y televisión y otros medios electrónicos que realizaban la Coalición "Por el bien de todos" y el Partido Acción Nacional por vulnerar preceptos legales establecidos en el derogado Código de Instituciones y Procedimientos Electorales. El acuerdo salió a 9 días previos a la jornada electoral en que se eligió gobernador del estado de Tabasco.

la vez, que les quitaron fuentes de ingresos. El ejemplo que mencioné, a estas alturas, cuánto dinero perdieron y siguen perdiendo como empresas.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí. Dotó de herramientas al cuerpo de abogados, aportó beneficios a la autoridad electoral al propiciar cero inversiones en radio y televisión, protegió derechos de partidos con menor representación al garantizar su acceso a los medios de comunicación.

Pero, para mí lo más destacable sería las limitaciones que estableció para la promoción personalizada que hacían los funcionarios públicos con dinero público¹⁰² al intentarse colocar en el ánimo de los electores rumbo a sus pretensiones de alcanzar las nominaciones de sus partidos como candidatos, aquí, el Caso Bertruy del año 2009 que en lo particular me correspondió estudiar y resolver, que cuyo seguimiento en los órganos jurisdiccionales originó la Tesis V/2010 emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación¹⁰³, fortaleció la actuación de la autoridad electoral que me tocó presidir, y estimo, a las subsecuentes.

¹⁰² 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, deberán tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso está propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público. Artículo 134 párrafo séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos vigente al 23 de julio de 2015.

¹⁰³ Tesis V/2010 AUTORIDADES ELECTORALES LOCALES. ESTÁN LEGITIMADAS PARA INTERPONER EL RECURSO DE APELACIÓN.—Conforme con una interpretación sistemática de los artículos 116, fracción IV, y 99, párrafos primero y cuarto, fracciones III y IX, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 45 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, las autoridades electorales locales tienen por encargo organizar las elecciones locales en forma periódica y pacífica, por ende, están legitimadas para combatir las resoluciones de los órganos del Instituto Federal Electoral que puedan afectar al proceso electoral local de que se trate o impidan el cumplimiento cabal de sus funciones constitucional y legalmente establecidas. Por ello, debe entenderse que están legitimadas para interponer el recurso de apelación correspondiente, para privilegiar la plena vigencia de la garantía constitucional de acceso a la justicia prevista en el artículo 17 constitucional. Recurso de apelación. SUP-RAP-224/2009.—Actor: Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.—Autoridad responsable: Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral.—21 de agosto de 2009.—Mayoría de seis votos.—Ponente: José Alejandro Luna Ramos.— Disidente: Flavio Galván Rivera.—Secretarios: Felipe de la Mata Pizaña y Jorge Enrique Mata Gómez. La Sala Superior en sesión pública celebrada el tres de febrero de dos mil diez, aprobó por mayoría de

La regulación de los medios de comunicación en México



Particularmente, por uso de los recursos públicos desde la Secretaría del Ayuntamiento de Centro, Tabasco; para promocionar al ex titular de la misma, (José Humberto De los Santos) Bertruy, como el representante de un despacho de abogados cuyos servicios profesionales eran sin costo alguno, gratis; con una campaña en medios de comunicación, en radio, televisión, inserciones en prensa, espectaculares, con espacios que en su momento fueron usados por el Ayuntamiento con el mismo proveedor al que se le contrató para la difusión de la obra pública, y que se cuantificó en cifras millonarias.

Un ex servidor público, con licencia porque lo dijo al separarse de su cargo que buscaba ser alcalde de Centro, abre un despacho que ofrece servicios profesionales gratuitos y lo difunde en una llamativa campaña publicitaria donde diariamente escuchas spots de radio, anuncios en prensa hasta en 2 y 3 periódicos en el mismo día, con espectaculares prácticamente por toda la ciudad. La pregunta lógica que me hice en ese momento fue con qué recursos y de dónde provienen, y esto, es casualidad cuando estábamos en año electoral y a escasos días de que los partidos políticos hicieran la selección de sus candidatos, cuando ante nosotros (el instituto electoral) un ciudadano lo denuncia y se inició este caso tan largo y que agotó todas los recursos legales a su alcance, casi o más de 2 años de litigio; concluyó mi periodo constitucional y el caso prosiguió. Por esa parte celebró la regulación; creo que persuadió a otros políticos de incurrir este tipo de acciones.

Como anécdota graciosa, compite en el proceso electoral ordinario 2011-2012 y consigue ser alcalde de Centro; a la fecha (22 de julio de 2015) por diversas actividades empresariales he tenido que coincidir con él (José Humberto De los Santos Bertruy) en actividades entre la autoridad que representa y el sector empresarial, compartiendo el mismo espacio, ignora mi presencia.

cinco votos la tesis que antecede. Disponible en <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Publicaciones/CDs2010/CDLGSMIME/pdf/A45-1,%20T-2.pdf>
Consultado el 22 de julio de 2015.

Por otra parte, le faltó fortalecer a la autoridad electoral. En un escenario en el que eliminas la compra de spots en radio y televisión, y le añades, la potestad para sancionarlos si incurren en vulneración a la regulación, más que el tribunal (Electoral del Poder Judicial de la Federación) resuelve como en el caso Bertruy que también son medios de comunicación la prensa, los espectaculares, etcétera; al momento de resolver impones sanciones económicas, las multas, es ilógico que esperes que éstos tengan un trato amable al momento de reportar en sus notas la actuación de la autoridad como en lo particular pasó conmigo,¹⁰⁴ se metieron hasta en temas muy personales, de carácter familiar. Los conoces, tú hacías ese trabajo.

Lo que sí le puedo señalar a la reforma es el recorte a la libertad de expresión. No compartí, ni comparto que los ciudadanos no puedan expresarse libremente, que en tanto los partidos políticos por mandato de ley tiene reservados sus espacios en radio y televisión; si hubiese algo que manifestar a favor o en contra de ellos, estás imposibilitado como persona o como empresario a acceder mediante la compra de espacios publicitarios en radio y televisión. Creo que ese espacio público debe quedar a la libertad del ciudadano de usarlo o no, no que le está prohibido para expresar lo que piensa; por eso, el auge de las redes sociales, la gente buscó donde generar los espacios para la libre manifestación de sus ideas. En el modelo actual, los únicos que pueden emitir mensajes son los partidos, ¿y el electorado? Si ellos son los que votan y eligen a las autoridades; me parece que deben tener el derecho de establecer interlocución con ellos.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

¹⁰⁴ En el tercer informe trimestral de la Junta Estatal Ejecutiva correspondiente al periodo comprendido entre julio y agosto de 2009, el Departamento de Comunicación Social informó del seguimiento informativo dado 12 periódicos locales de los que se extrajeron 10 mil 970 notas informativas integradas en mil 373 carpetas denominadas Síntesis Informativa de Prensa local, 3 mil 17 de radio y mil 634 de televisión; fue el periodo de mayor publicación por tratarse en esa época del periodo de campañas electorales del proceso electoral ordinario 2009, notas informativas en las que prevaleció la denostación del órgano electoral y del entonces Presidente del Consejo, Enrique Galland Marqués, y de la que la investigadora era la Jefa del Departamento. Disponible en http://www.iepct.org.mx/docs/transparencia/inf_instituto/3er_inf_tri_2009.pdf Consultado el 22 de julio de 2015.

No. Porque estableció los Procedimientos Administrativos Sancionadores y esta nueva figura fue muy recurrida por los partidos políticos, quiero entender que porque era la primera vez que se emplea, en este momento, escapa a mi memoria cuántos procedimientos de esta naturaleza nos tocó resolver, pero sí fueron decenas de ellos.¹⁰⁵

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

No.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

La simulación. Desde la reforma 2007 hubo reglas nuevas pero siguieron las prácticas viejas de los partidos políticos y sus militantes. Desde la primera vez que se aplicó la Reforma Electoral 2007, el caso Bertruy fue quizá un ejemplo representativo de la conducta de los partidos políticos y sus militantes. Posterior a ello, la figura recurrente de los partidos es, a través de la facultad que da la ley para promocionar los informes legislativos, los políticos aprovechan para que dentro de la legalidad enviar los mensajes que los posicionen como las personas idóneas para las candidaturas de sus partidos y presentarse ante los ciudadanos en campañas de difusión de los mencionados informes hasta por 12 días; días de intensa actividad. Peor, los gastos son absorbidos por el recurso público. Y hasta ahorita no he visto que se puede moderar esa conducta¹⁰⁶.

¹⁰⁵ En sesión extraordinaria del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco de fecha 19 de noviembre de 2010 se resolvió el expediente SCE/PE/PRD/089/2009 relativo a violaciones de candidatos a diversas infracciones a disposiciones electorales. El caso Bertruy se resolvió hasta el 26 de septiembre de 2011 en sesión extraordinaria luego de los resolutivos TE-TAP-26/2009-V Y TE-TAP-27/2009-I del Tribunal Electoral de Tabasco, resueltos el 30 de septiembre de 2009; por la Sala Regional Xalapa del Tribunal Electoral del Poder en el expediente SX-JDC-171/2009 de fecha 28 de octubre de 2009; el Consejo General del IFE en la Queja CG31/2010 de fecha 29 de enero de 2010; y la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente RAP-20/2010 resuelto mediante sentencia de fecha 31 de marzo de 2010.

¹⁰⁶ Cfr. Martínez Espinoza, Roberto. Artículo 134 constitucional y su interpretación judicial electoral en México. Temas selectos de Derecho No. 44 editado por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Octubre de 2014.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

La adopción de códigos de ética en los medios de comunicación debe partir de ellos mismos. Aunque veo esta vía poco viable. Para el momento del cumplimiento de mi encargo, disponible y visible, pocos o casi no existían códigos de ética en los medios de comunicación. No por no puedan autorregularse, sino que es complejo por tratarse al final de cuentas en empresas¹⁰⁷.

Dos experiencias puedo rescatar de esto, la primera, que siendo miembro del Consejo Estatal y como su presidente, mantuve la relación de amistad con Miguel Cantón (Zetina)¹⁰⁸ y solíamos compartir un juego de golf, y fue el diario (Tabasco Hoy) que me trató con dureza y cuando compartíamos algunas ideas, al final, la apelación a su forma de presentar las noticias, me solía decir que, yo podía comprenderlo porque el periódico es una empresa, que tiene que vender y su materia prima son las noticias y hay que buscar la noticia que vende y la noticia que vende por el gusto de los electores es aquella que es llamativa por decirlo de alguna manera amable.

La segunda, la que veo como desafortunada, la decisión del grupo radiofónico ACIR, que para la pasada elección federal y local del año 2015, anunció que por políticas de la empresa se abstendrían de incluir en su agenda a los candidatos. Como sea, se cerró otro espacio para la presentación de

¹⁰⁷ Visible en los portales de internet, El Correo de Tabasco <http://www.elcorreodetabasco.com.mx/codigo-de-etica/> exhibe su Códigos de Ética. Consultado el 22 de julio de 2015.

¹⁰⁸ Miguel Cantón Zetina es el director general de Editorial Acuario ofrecer noticia oportuna y servicios publicitarios que satisfagan las expectativas de nuestros clientes otorgándoles credibilidad y posicionamiento en el mercado, mediante la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2008", que incluye a diversos medios de comunicación como los periódicos Tabasco Hoy y el Criollo (en Tabasco) Carmen Hoy y Campeche Hoy (en Campeche) Basta! (en el Distrito Federal); las estaciones de radio Tabasco Hoy Radio 90.0 FM, Oye 99.9 FM (Emiliano Zapata, Tabasco), La Z de Macuspana (Macuspana, Tabasco) y Tabasco Hoy.tv en internet. Disponible en <http://www.tabascohoy.com/2/empresa/misionvision.php> Consultado el 22 de julio de 2015. Este medio ha sido recurrentemente señalado en Quejas y Denuncias y luego en Procedimientos Administrativos Sancionadores desde el año 2006.

ideas, buenas o malas, no sabemos, pero que sirven al electorado para formar criterio y razonar su voto. Volvemos a lo dicho, el ciudadano recurre al aparente único espacio público que le queda las redes sociales. Lo escuché con Juan Carlos Huerta en Panorama Sin Reservas al inicio de las campañas, y fue evidente el hecho, porque como conductor de Canal 9 sí realizó entrevistas a candidatos, pero Canal 9 pertenece a una filiar de Grupo Televisa. Dos empresas diferentes.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la corregulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética dentro del aspecto interno de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Los tienen. Recuerda que para que los partidos políticos consigan sus registros deben cumplir con ciertos requisitos establecidos en la ley, varios, pero entre los que se encuentran contar con sus documentos básicos donde vienen la ideología que promueven y su reglamentación interna, por el respeto que existe la vida interna de ellos, inclusive, sigo en el entendido de que tienen sus propios órganos de justicia para dirimir sus diferencias internas, lo que se requiere es que cumplan con esos documentos, que los pongan en práctica.

8. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. No creo. Del procedimiento electoral 2009 que me tocó presidir, los resultados, por una parte fue pluripartidista, hubo pesos y contrapesos en el Congreso porque hubo representatividad de casi todas las fuerzas políticas que compitieron en coaliciones, y en cuanto a los ciudadanos, el casi 59 por ciento alcanzado, mantuvo a la entidad sobre la media nacional y en los primeros lugares. Esos temas son específicos y el interés es particular, de los partidos políticos y sus candidatos.

II. Competencia. El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí. Garantizó el acceso a los medios de comunicación a los partidos de menor representatividad, que fue uno de los objetivos de la Reforma 2007. Pero como comentamos anteriormente, se abusa de la interpretación de la ley para buscar otras formas de mantener la presencia de los políticos en los medios de comunicación.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. De hecho soy de los que creen que nos falta transparencia del uso del financiamiento público de los partidos políticos. La reforma electoral 2007 impuso nuevas reglas para la fiscalización de los recursos públicos, diseñó procedimientos y órganos encargados de hacer esa tarea como la creación del Órgano Técnico de Fiscalización¹⁰⁹, pero cuestiones tan simples, al menos en el proceso electoral 2009 en relación a las normas para los medios, la ley mandaba colocar una leyenda en las inserciones periodísticas, que decía algo así como: Inserción pagada; lo anterior para identificar y contabilizar los

¹⁰⁹ La Contadora Pública María de los Ángeles Carrillo González fue la primera titular del Órgano Técnico de Fiscalización en Tabasco. Nombramiento que se dio bajo Acuerdo del Consejo Estatal CE/2009/017 de fecha 14 de marzo de 2009. Disponible en [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090314_0EX0300_000017_\(000744_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090314_0EX0300_000017_(000744_1).pdf) Consultado el 22 de julio de 2015.

recursos, nunca ví que lo hicieran, y no sé, tú lo debes saber mejor, ahí eres la especialista, ¿ya lo hacen?

Y te repito con ese intento de buscar por donde burlarla ley, hoy lo que leo es que últimamente al amparo de informes legislativos, usan el recurso público; mismo que no es contable para el informe de los partidos o sus candidatos¹¹⁰.

3. Como integrante del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado de ese órgano local?

Sí. Pero, debe quitarse esa función de juzgador no va con su naturaleza administrativa de organizar las elecciones. Enfrenta con los partidos y los medios de comunicación con la autoridad electoral, una autoridad electoral a las que se les da funciones de juzgador sin serlo. Comparto la idea de (José) Wondelberg (Karakowski) de todos los procedimientos de litigio deben ser dirimidos en los tribunales¹¹¹.

¹¹⁰ Para el 11 de agosto, 20 días después de esta entrevista, El Servicio de Administración Tributaria de la SHCP y el INE presentaron el sistema informático para consultar la información de ingresos y egresos de partidos políticos y candidatos. Esta herramienta fue creada por el SAT para facilitar al INE la consulta de declaraciones y operaciones de partidos, candidatos y proveedores. Entre la información a consultar se encuentran los ingresos y egresos de los actores mencionados, su situación fiscal, pagos omitidos, actividad económica preponderante de proveedores y candidatos además de las importaciones realizadas por los actores electorales, así como los vínculos económicos detectados entre estos. Esta herramienta no está limitada por el secreto bancario, fiduciario y fiscal y será utilizada a partir de las elecciones de 2016 en las que se renuevan 12 gubernaturas y elecciones en 13 entidades. En este marco, el consejero Presidente del INE, Lorenzo Córdova resaltó que esta alianza estratégica fortalecerá las competencias de ambas instituciones, mientras Aristóteles Núñez, titular del SAT, resaltó que esta herramienta permitirá al INE aclarar si los candidatos, partidos y proveedores están utilizando recursos públicos o de procedencia ilícita. Nota informativa publicada por Aurora Zepeda en el diario en línea de El Excelsior. Disponible en <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/08/10/1039455> Consultada el 11 de agosto de 2015.

¹¹¹ La administración de los litigios en torno a la libertad de expresión y sus límites. No deja de llamar la atención que sobre los eslabones que integran la cadena electoral (padrón, organización, capacitación, resultados preliminares, etcétera) hoy prácticamente no existen

Lo otro que se debe comentar, independientemente, de que el proceso electoral 2009 fue exitoso en todas las fases y actos previos y preparatorios de la organización de ese proceso electoral y la propia jornada electoral de (18) octubre (de 2009) en cuanto a las bondades de la Reforma 2007, en cuanto a los medios de comunicación, que hicimos juntos, fue tu idea, tú lo hiciste, tú eres las que deberías estar respondiendo estas preguntas, fue la adopción y la adaptación del tema de la Publicidad Gubernamental¹¹², y que supongo que ahora como Consejera lo sigues impulsando.

Desde cómo lo investigaste para sustentarlo hasta el diseño de la distribución del financiamiento público que el órgano electoral tenía presupuestado para invertir en la campaña de la difusión, como parte de nuestras obligaciones legales, de la promoción de la participación ciudadana y

diferencias apreciables entre los partidos y el INE. Pero claro, cuando se convierte al Instituto en un tribunal (sin serlo) las tensiones se multiplican y su desgaste se incrementa.

La ley ha venido ampliado la libertad de expresión y haciendo más preciso su límite. Pero el procedimiento, el desahogo de las quejas, sigue generando demasiadas tensiones, incertidumbre y malestar. Veamos. En relación a los límites se ha avanzado de manera consistente. El COFIPE original prohibía la “diatriba, calumnia, infamia, injuria, difamación” y la “denigración”. En 2007 solo quedaron la calumnia contra las personas y la denigración a los partidos e instituciones. Y con la reforma de 2014 solo la calumnia. Es decir, la ley establece una sola limitación a la libertad de expresión: prohíbe la calumnia. (Y si mal no entiendo, la calumnia se configura cuando a una persona se le señala por haber cometido un delito tipificado en el Código Penal -por ejemplo: asesinato, fraude, violación- sin ser cierto).

El problema, sin embargo, es la forma en que se desahogan esos conflictos. El famoso Procedimiento Especial Sancionador consiste, en estos casos, en que el INE actúa como una especie de ministerio público que integra el expediente y es el Tribunal el encargado de dictar la última palabra sobre el litigio. No obstante, la Comisión de Quejas del Consejo General del INE puede decidir “medidas precautorias” y ordenar “bajar del aire” los presuntos spots calumniosos, mientras el Tribunal decide. Todo ello genera tirantez entre los partidos litigantes y el INE. Dado que el INE no es ni debe ser juez y dado que contamos con un Tribunal y tribunales locales, deberían ser estos los que recibieran desde el inicio y despejaran todas esas querellas (incluyendo las medidas precautorias). Dejar en manos del Tribunal, desde el principio, la resolución de diferendos como los apuntados puede servir para ofrecer un cauce eficiente a los litigantes, sin necesidad de erosionar a la autoridad administrativa. Segunda propuesta de Dos Ajustes artículo publicado por Wosé Wondelberg el 7 de mayo de 2015. Disponible en <https://lastresyuncuarto.wordpress.com/2015/05/07/jose-woldenberg-dos-ajustes/> Consultado el 22 de julio de 2015.

¹¹² Modelo de Publicidad Gubernamental con el que se diseñó el Plan de Medios del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco aprobado por el Consejo Estatal en el Acuerdo CE/2009/048 de fecha 14 de junio. El acuerdo legal está disponible en [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_OOR0300_000048_\(000819_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_OOR0300_000048_(000819_1).pdf). El Anexo técnico está disponible en [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_OOR030B_000048_\(000821_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_OOR030B_000048_(000821_1).pdf). Ambos documentos consultados el 22 de julio de 2015.

del voto, y como con ese modelo se pudo hacer una equitativa asignación de los dineros para el famoso encarte¹¹³.

Resolvimos satisfactoriamente muchos aspectos como el uso adecuado de los recursos públicos, porque mientras un periódico como el Tabasco Hoy pedía cerca de 3 millones de pesos por la publicación, el resto, cotizaba lo mismo hasta por 250 mil pesos como el diario Presente¹¹⁴. Sustancial diferencia.

Al final, los mismos 3 millones de pesos, se repartieron entre 12 o 15 periódicos del estado (de Tabasco) y todos con diferencias mínimas entre sus costos, unos cobraron 250 mil pesos, otros 200 mil. El Tabasco Hoy se excluyó a sí mismo. Pero el día de la jornada electoral, el encarte circuló con mayor volumen, llegó a mayor número de ciudadanos por el tiraje de cada periódico, hasta los periódicos vespertinos recuerdo que participaron y en lugar de un solo día, circulamos 3 días a fin de que los ciudadanos tuvieran la información sobre dónde y quiénes recibirían sus votos; todo con el mismo techo presupuestal.

Me queda esa satisfacción porque para esas fechas (2009) ya se hablaba de la Ley de Publicidad Gubernamental, de su posible aprobación y creo que sigue sin aprobarse, y nosotros, hicimos el acuerdo legal correspondiente y el modelo que propusimos, y que creo aún se sigue utilizando

¹¹³ Encarte. Es una publicación que se distribuye como agregado junto o en el interior de las ediciones de un periódico. El encarte consistía en la publicación que mandata la ley electoral con el listado de la ubicación y de los integrantes de la mesa directiva de casilla que se instalan el día de la jornada electoral.

¹¹⁴ El diario Presente, Diario del Sureste forma parte del Grupo conocido comercialmente como Presente Multimédios publica este diario y el Sol de Tabasco; así como también en filial del Grupo Radio Fórmula. Manuel Pineda Haro es el Director General <http://www.diariopresente.com.mx/> Se le considera el principal competidor de Tabasco Hoy.

Elidé Moreno Cáliz¹¹⁵

Presidenta de la Comisión de Radio y Televisión
en los procesos electorales ordinarios 2009 y 2012

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del órgano administrativo electoral local de Tabasco, relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en canto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante el ejercicio de su función y atribución en el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementados en el modelo de comunicación de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

- I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho

¹¹⁵ Es originaria de la ciudad de H. Cárdenas, Tabasco. Es Licenciada en Derecho por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Obtuvo su Maestría en Filosofía en la Universidad de la Habana, Cuba. En el terreno electoral, se ha desempeñado como Jefe Jurídico de Distrito II, Federal en Tabasco. Vocal Ejecutivo de la Junta Municipal, en Cárdenas, del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. También ha colaborado como Vocal Ejecutivo de la Junta Distrital II, de Cárdenas. En la Administración Pública, ha trabajado para el en el Ayuntamiento del Municipio de Cárdenas, como Jefe del Departamento de Recursos Materiales. Ha ejercido la práctica docente en la Universidad de la Chontalpa, impartiendo las cátedras de "Partidos Políticos", "Sistema Político Mexicano" y "Derechos Humanos". Ha recibido diplomas por prestigiados organismos e instituciones tales como la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el Instituto Federal Electoral, el Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y el Caribe, el Tribunal Federal Electoral en su Diplomado en Derecho Electoral Mexicano, el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, la Asociación Nacional de Doctores en Derecho, el propio Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. A partir de diciembre del año de 2008, fue nombrada Consejera del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Tabasco. En el 2009 asumió la presidencia de la Comisión de Radio y Televisión del IEPC; ambos cargos los desempeñó hasta el 30 de septiembre de 2014.

contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?

Las normó. Condiciones que se presentaban durante la organización de los procesos electorales, que en la elección presidencial del año 2006, alcanzaron expresiones como el descontento social, la incertidumbre jurídica, los conflictos postelectorales, hasta de violencia política; tuvieron que ser revisadas y como respuesta se ofrece la Reforma Electoral 2007 que contempló varios aspectos, por eso se le conoció como la reforma de tercera generación, y entre esos aspectos, se incluyó la regulación directa como la figura jurídica para establecer el modelo de comunicación política que se mantiene en estos días, ya con los ajustes hechos en la reforma electoral 2014.

¿Se cumplió el objetivo? El objetivo inicial sí. Como recordarás, en la desaparecida Comisión de Radio y Televisión, que fue uno de los ajustes de la reforma electoral 2014. Tuvimos la oportunidad de ser los primeros de enfrentar ese reto, aplicar la regulación de medios en la organización del proceso electoral, tanto para el año 2009 como para el 2012.

Fue un reto. Hubo que estudiar mucho la legislación, interpretarla y materializarla. Desde la Comisión, se diseñaron y ejecutaron, todos los proyectos que con la aprobación del Consejo Estatal, por unanimidad, todos, sirvieron para la base de la implementación del modelo de comunicación política; lo que nos llevó a la especialización, porque hubo que incursionar en esta área del conocimiento y sus diferentes esferas como la Comunicación Institucional, empezamos hablar de imagen pública y de reputación institucional, hacer estudios demográficos para conocer a los públicos-objetivos. Otras, (áreas del conocimiento de la comunicación) fueron las Publicidad y la Propaganda, la Mercadotecnia, la Publicidad Gubernamental, las Relaciones Públicas y los monitoreos de los medios de comunicación.

Fue un trabajo arduo, porque tuvimos que hacer una revisión de la literatura, seleccionar marcos teóricos, determinar las perspectivas metodológicas, en donde debía usarse técnicas de recolección de datos cuantitativas y en donde las cualitativas.

El debate, el debate entre candidatos al gobierno del estado, ya se había hecho un formato en la elección del 2000 que partió más de la “buena voluntad” de los contendientes; en el 2012, se hizo por mandato constitucional, una gran experiencia, dejamos un antecedente que esperamos sea de utilidad para la elección de gobernador del 2018; de esto, habrá que considerar que es un tema difícil porque como los candidatos no están obligados a participar legalmente y al combinarse con la estrategia de marketing que los rige, se presta a tensiones para su organización, creo que es un punto al que se enfrentará la autoridad electoral.

Entonces, la regulación de medios de comunicación sirvió para establecer las reglas de la relación medios de comunicación y partidos políticos en procesos electorales procurando eliminar condiciones que afectaban al principio de equidad y que favoreciera la organización de procesos electorales, y nos, llevó a la profesionalización y especialización de los órganos electorales para poder aplicarla, en ese sentido, me parece que fue un gran avance.

Ahora, que luego de las experiencias en los procesos electorales 2009 y 2012, se controlaron unos temas y aparecieron otros derivada de la relación medios de comunicación y partidos políticos, es cierto, pero el carácter de la norma y de la regulación de medios, considero, fue más correctiva que preventiva.

¿Qué fue lo que no se previno? De lo que nos tocó vivir, a pesar de que hasta el 2012, se emitían por la autoridad electoral y por la federal, ahora, solo los emite la autoridad federal, el INE, lineamientos generales a observarse en coberturas informativas no eran observados, y como la cobertura informativa está relacionada con la libertad de expresión y el

ámbito de acción de los periodistas y si le sumamos que en México desde el 2008, se hicieron a la par reformas para elevar al rango constitucional los derechos humanos; en la práctica bajo ese amparo siguieron los políticos buscando opciones para seguir en los medios de comunicación; se les ocurrió desde la promoción de servicios profesionales “gratuitos” hasta actividades altruistas auspiciadas por asociaciones civiles.

Para el pasado proceso electoral (ordinario 2014-2015) me parece que bajó considerablemente esta recurrencia de los políticos de crear por sí mismos formas para mantenerse en los medios de comunicación, no digo que lo dejarán de hacer, pero como que se moderaron.

Pero en este marco de la libertad de expresión, una reflexión que te comparto es hasta donde se violentaron derechos fundamentales como lo es la libertad de expresión, cuando con la regulación de medios, se monopolizó ese derecho a favor de los partidos políticos y como que se les canceló a los ciudadanos.

Los ciudadanos, como tú y como yo, tenemos prohibido comprar un espacio de radio y televisión para expresarme sobre un partido o candidato, pero los partidos y candidatos en sus spots pueden decir lo que quieran, mi reflexión es, esta es una restricción válida. No sé, aun no tengo una respuesta para eso, es tan solo una reflexión que permeó con motivo de tu pregunta.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí. Por condición humana, desde el punto de vista de la sociología, ponemos resistencia a la norma y a los cambios; pero estoy convencida que la reforma electoral y la regulación de medios en lo particular, tuvo bondades como las que te mencioné en un principio, nos obligó a innovar procedimientos, diseñar proyectos, profesionalizarnos, especializarnos y esos cambios, como siempre dicho todo cambio es para bien, para mejorar, abonó a la organización de los procesos electorales.

La regulación de medios ciertamente atendió fenómenos sociales de descontento del 2006 por la elección presidencial y la reforma electoral 2007 fue la opción, pero aparecieron otros como la espotización, tengo el dato de 16 millones de spot se programaron para la campaña electoral 2015, 16 millones en un 30 días, de 6 de la mañana a doce de la noche, de lunes a viernes, en todas las estaciones de radio y televisión, uf!! ¿Cabría la posibilidad de revisar el modelo? Otra pregunta que está saliendo de tus preguntas.

En relación con esto mismo, estamos hablando de espacios publicitarios, una de las motivaciones de la reforma electoral 2007, fue atacar la llamada guerra sucia, y esa continuó, en la monopolización de la libertad de expresión que ya discutimos, en el pasado proceso electoral (ordinario 2014-2015), hubo un momento en que se focalizó el discurso denostativo en formato de ataque-respuesta, entre los dos principales contendientes en la elección federal; eso contraviene, la definición de propaganda electoral y sus contenidos, al respecto es clara la norma, debe ser positivo y propositivo.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

Sí y no. Sí. En el sentido que con la figura del Procedimiento Administrativo Sancionador, se reguló las causales y las formalidades para presentar una denuncia, se delimitó quienes podían promoverlas, quienes se convirtieron en sujetos de responsabilidad de una falta administrativa, se integró un catálogo de sanciones, en fin, y recientemente con la reforma electoral 2014, se instauró la Sala Especializada (del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación). Un proceso completo.

Pero, ahí te va el pero, el fenómeno de la judicialización de los procesos electorales, no se limita, no acota, a la regulación de medios; la regulación de medios están solo una de las causales para la comisión de actos

anticipados de campaña; así la recurrencia de los partidos a los órganos administrativos y jurisdiccionales, es multifactorial, entonces, da la impresión de que no se avanzó, pero sí, se avanzó por la implementación del andamiaje jurídico que te relaté.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

Sí. Mi voto a favor del Estado Mínimo. La perspectiva sociológica de Anthony Giddens. Esta respuesta me gustó, es parte de la materia de Teoría del Estado que imparto en la universidad.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

Reglas hay. Te debe pasar, cuando entras al estudio de un procedimiento administrativo motivado por la regulación de medios, no solo es la constitución, las leyes electorales como norma secundaria, también entra que sí la Ley Federal de Telecomunicaciones, La Ley de Acceso a la Información Pública, La Ley de Imprenta, La Ley de Transparencia, en fin. Lo que hay que hacer es obedecer la norma.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Existen. Tengo entendido que existen, pero además, por ley, el INE emite los lineamientos generales a observarse en los noticieros, pero tengo la impresión que no se observan esos criterios.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la corregulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Existen. Aquí hablo con mayor seguridad, porque los códigos de ética y otros instrumentos relativos como la existencia de un sistema de justicia intrapartidaria son requisitos con los que deben cumplir los partidos políticos para la obtención de sus registros. El INE revisa esos documentos, e incluso, tiene facultades para solicitar que atiendas algún tema en específico y que detectaran que no se están incluidos en los llamados documentos básicos como los principios de doctrina y los estatutos.

8. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. La participación ciudadana en las elecciones en Tabasco se mantiene, del año 2009 a la fecha (2015) los porcentajes nos colocan en el primer lugar (2009 y 2012) y segundo lugar (2015) de los indicadores estadísticos a nivel nacional. Los tabasqueños participamos haya o no litigio.

Pero soy de la idea de que sí hay que trabajar en mejorar esos porcentajes y el grado de decisión a como lo definen algunos teóricos de la Calidad de la Democracia, en avanzar hacia un voto formado e informado. El perfil del ciudadano-electoral como clientes electorales favorece a prácticas que son recurridas en las denuncias y quejas como la compra o coacción del voto; recurridas, aclaro, pero que son difíciles de comprobar, sin embargo, cuando hicimos el estudio de las características demográficas; hay indicadores sociales que ponen en estado de vulnerabilidad al ciudadano, susceptible de caer en el clientelismo electoral.

- II. Competencia.** El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad

horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Equitativo sí, igualitario, creo que hay que ir hacia allá. El principio de equidad se materializa con el mandato constitucional de acceso permanente a los medios de comunicación a través de los tiempos de Estado bajo el mecanismo 30/70. El 30 por ciento del total del tiempo se distribuye solo con el hecho de contar con registro y esta regla ahora incluyó a los candidatos independientes y el 70 con relación a la fuerza electoral, al número de votos obtenidos en la elección.

Pero, aquí hay otro pero, lo que se pretendía de que los partidos políticos considerados grandes no acaparen la presencia en medios, creo que no ocurrió, sin invirtiéramos el modelo a 70/30. 70 por ciento por solo tener derecho al contar con registro y el 30 por la fuerza electoral, la diferencia entre el grande y el chico sería menor.

Del acceso a los medios de comunicación, reiteró, la posible revisión de la llamada guerra sucia, no más regulación, que se cumpla lo que se dice de cómo deber ser la propaganda electoral. La autoridad electoral lo atendió y dio una salida, que de alguna manera genera precedente¹¹⁶.

¹¹⁶ Cfr. El 11 y 14 de abril de 2015, el INE retiró spots por contenidos denostativos. Ordena INE retiro de spot priísta contra el PAN. El Instituto Nacional Electoral (INE) ordenó retirar del aire dos spots del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en los que critica a diputados, candidatos y gobernadores de Acción Nacional (PAN). En sesión extraordinaria y urgente, la Comisión de Quejas del órgano electoral también ordenó al Partido Revolucionario Institucional (PRI) retirar los spots denunciados de las cuentas de redes sociales que administra. Los promocionales sancionados emulan el formato usado por el PAN, en el que se pregunta a los ciudadanos su opinión sobre los relojes del líder nacional del PRI, César Camacho Quiroz. En el primer spot, titulado "Agua", se pide a un ciudadano su opinión sobre la construcción de una presa ilegal en el rancho del gobernador panista de Sonora, Guillermo Padrés, por lo cual mucha gente se quedó sin agua. También se aborda el tema de los "moches", que presuntamente solicitaban algunos diputados del PAN respecto al dinero destinado a la construcción de escuelas y hospitales. Sobre este promocional, la Comisión de Quejas determinó retirar de aire su transmisión por contener mensajes calumniosos contra diversos funcionarios panistas. Así, la Comisión estableció un plazo de 6 horas, contadas a partir de la notificación legal, para que el PRI sustituya dichos materiales, los retire de los portales electrónicos que administra, se abstenga de solicitar la difusión de spots semejantes y presente

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí. Todo el proceso para transparentar el uso del financiamiento a partidos han tenidos sus aciertos, me parece que se acotado la posibilidad de incurrir en un delito; el último avance se dio con el sistema contable en línea operado por el INE, en tiempo real y se acortaron los tiempos para tener informes e identificar una posible anomalía.

3. Como integrante del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al

pruebas del cumplimiento de este acuerdo ante la Unidad Técnica de lo Contenciosos Electoral del Instituto. La Comisión también ordenó a las concesionarias de radio y televisión que dejen de transmitir los mensajes en un plazo de 24 horas, a partir de la notificación correspondiente. Información publicada en el portal del diario Excélsior con fuente de la agencia Notimex., el 11 de abril de 2015. Disponible en:

<http://www.sdpnoticias.com/nacional/2015/04/11/ordena-ine-retiro-de-spot-priista-contr-el-pan> Consultado el 22 de julio de 2015. INE ordena retirar spot del PAN, considera que calumnia al Ejecutivo, Notimex. El 14 de abril de 2015. La Comisión de Quejas y Denuncias ordenó el retiro del aire del promocional del Partido Acción Nacional (PAN) denominado "Londres impuestos", por contravenir la ley electoral, al tratarse de una calumnia en contra del Ejecutivo. *Viendo en su contexto las expresiones, se concluye, como en todas las anteriores cautelares que hemos concedido por calumnia, que estamos bajo los mismos argumentos que llevan a esa conclusión, por lo que se ordena su retiro del aire del promocional", dijo, la consejera Beatriz Galindo.* Ello, explicó Galindo Centeno, derivado de las expresiones vertidas en el promocional panista en el sentido de que "durante su reciente visita a Londres, el jefe del Ejecutivo llevó varios invitados". Durante las sesión de este martes, la Comisión del Instituto Nacional Electoral (INE), aprobó retirar el spot por dos votos a favor de las consejeras Beatriz Galindo y Adriana Margarita Favela y en contra de la consejera Pamela San Martín (en ausencia del consejero Roberto Ruiz Saldaña, integrante de la misma). Además, otorgó seis horas al partido blanquiazul para que lleve a cabo la sustitución del promocional y ordenó a las concesionarias para que en un plazo de 24 horas lo retiren del aire. Galindo detalló sin embargo, que "ese plazo luego se extiende porque se tiene que hacer la notificación de esa orden de retiro del aire a todas las emisoras que se encuentran en la República mexicana". Con información del portal de noticias Sala de Prensa. Publicado el 14 de abril de 2015. Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/04/14/1018686> Consultado el 22 de julio de 2015.

cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó en ese órgano local?

Sí. Como lo establecimos desde un principio nos tocó construir la base de todo, materializar la regulación de medios en Tabasco.

Solo me gustaría plantear otra pregunta de tus preguntas, hasta donde pudiera revisarse el derecho de réplica y garantizar al órgano electoral su honra y reputación como derechos humanos.

Recuerdo el diagnóstico que iniciamos sobre el tema de reputación institucional, cuando lo analizamos, llegamos a una metáfora, que los adjetivos calificativos expresados en los medios de comunicación impresos contra la autoridad electoral del 18 de julio de 2012 a febrero del 2014, era como si hubiese sido un ataque en pandilla donde el sujeto fue tirado en el suelo agarrado a patadas entre todos, en pleno centro histórico de la capital del estado y nadie, nadie, hizo nada.

Nosotros optamos por ya no dar más explicaciones, porque aunque las diéramos eran insuficientes, con nuestras propias palabras ilustraban los adjetivos calificativos con los que nos señalaban y tengo la idea, de que en el último proceso electoral (ordinario 2015) se repitió la historia.

Armando Xavier Maldonado Acosta¹¹⁷

Secretario del Consejo Estatal en los procesos electorales ordinarios
2006,2009 y 2011-2012

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del órgano administrativo electoral local de Tabasco, relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante el ejercicio de su función y atribución en el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementados en el modelo de comunicación de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

- I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

¹¹⁷ Es candidato a Doctor en Derecho de la Universidad de Xalapa, Veracruz; donde acreditó estos estudios durante la generación 2007-2009; hoy se encuentra realizando el periodo de investigación para la defensa de la tesis; es Máster en Argumentación Jurídica por la Universidad de Alicante en España bajo la coordinación del eximio Doctor Manuel Atienza Rodríguez. En México su Maestría también es por parte de la Universidad de Xalapa, Veracruz; ésta en Derecho Electoral; donde se distinguió por las Menciones Académicas y Honoríficas al obtener el primer lugar en conocimientos de su generación al conseguir un promedio general de 9.9 y con la presentación de su tesis de Grado: "La Eficacia del Régimen Administrativo Sancionador Electoral en México. Es egresado de la Tercera Generación de la Especialización en Derecho Electoral por la Escuela Judicial Electoral del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

El Licenciado en Derecho, egresado de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, es funcionario electoral desde el año 2000 cuando inició como Secretario del Consejo Electoral y Vocal Secretario de la Junta Municipal con sede en Paraíso, Tabasco, hasta convertirse en el Subdirector Jurídico del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco y desde el año 2005 al 2014 fue su Secretario Ejecutivo.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?

Recuerda que el modelo de comunicación política que se derogó con la Reforma Electoral 2007, los partidos tenían el monopolio de los recursos públicos que se le asignaban para la adquisición de tiempos en radio y televisión, y eran ellos, los que reportaban el pautado ante la autoridad electoral, en ese momento, la ley establecía que los partidos políticos debían invertir el 50 por ciento de su financiamiento en radio y televisión, y los empresarios del ramo también tenían toda la facultada para poner sus tarifas. Esta relación comercial, en esta libertad de contrato, los partidos políticos y los empresarios del ramo, al momento de negociar ese contrato, podrían establecer cláusulas particulares en la que por volumen de compra, adicionalmente, “obsequiaban” otros servicios; de tal manera, que a mayor poder adquisitivo del comprador, en este caso los partidos políticos, mayor presencia en los medios de comunicación.

Las facultades de la autoridad electoral eran limitativas, la institución como bien recordarás porque fue parte de la labor que realizábamos en su momento, solicitaba a la autoridad correspondiente (la Secretaría de Gobernación) las tarifas registradas ante ella y con esa información elaboraba un catálogo que se ponía a disposición de los mismos y a partir de este documento los partidos planteaban sus estrategias de compra directa.

Este modelo se agota, derivado de las condiciones que se dieron en la elección del año 2006, cuando incluso, hubo injerencia directa de particulares en la compra-venta de espacios publicitarios, a los que denominaron como campaña negra, cuando los empresarios organizados difundieron mensajes en contra de un candidato (Andrés Manuel López Obrador, un peligro para México) y a favor del candidato ganador (Felipe Calderón Hinojosa).

Hubo una propuesta y se propugna por utilizar los tiempos oficiales de los permisionarios y de los concesionarios para las campañas. Se da el debate, llegaron los máximos representantes de los medios de comunicación en defensa de sus intereses económicos, no hay que soslayar que la naturaleza

La regulación de los medios de comunicación en México

de los medios de comunicación en México es comercial, y se manifiesta en contra en el Senado. Sin mayor respuesta a sus reclamos. Se da la reforma en ese sentido a nivel federal y baja a los organismos locales.

El entonces IFE queda como el administrador único de esta prerrogativa, y es así la parte normativa relativa al proceso legislativo.

Sin embargo, existe una parte política que no tiene que ver con el proceso legislativo pero que tiene vinculación al tema de la regulación de los medios de comunicación, retomando el antecedente de la elección presidencial 2006 en la que participan (Roberto) Madrazo (Pintado), Andrés (Manuel López Obrador) y (Felipe) Calderón (Hinojosa) donde se presume la injerencia de los medios de comunicación para deliberar en el aspecto público las percepciones de éstos sobre los candidatos. Un peligro para México comparado con Hitler. Hubo una estrategia de comunicación; condición que favoreció a remontar en las preferencias electorales, el rebase y el gane por el menor de los márgenes. Hubo tensión postelectoral y dijeron las reglas no sirven para quienes no sales favorecidos.

¿Qué es lo que hacen los partidos que no se vieron favorecidos? Reflexionan y dicen si voy a competir con estas reglas, se repetirá esta condición y ya no hay deliberación; los partidos representados en el Congreso no abren la discusión y convierten los tiempos oficiales, de Estado en tiempos de radio y televisión a disposición de ellos mismos para el tiempo de precampaña y campaña y establecen la fórmula matemática para su distribución a como la conoces actualmente, distribución aplicable tanto para la elección federal como la local. Y empieza la aplicación de la regla, en el caso particular de Tabasco, fue en 2009.

Pero, ¿fue funcional? Si pero no. Sí porque reguló el tiempo en radio y televisión y ya no hubo cabida para la discrecionalidad para el acceso a los medios de comunicación, pero además, de alguna manera abonó para que a los partidos políticos minoritarios se les garantizara el acceso a éstos y dejan

fuera las cámaras y organismos organizados de los sectores de la sociedad y a los particulares.

Funcionó para los partidos políticos. Ya no me pegas. Acalló a quienes en su momento en el ejercicio de su libertad de expresión pudiesen, teniendo los recursos, en el mismo espacio –radio y televisión- expresar a favor o en contra de ellos.

No funcionó para la Democracia Deliberativa en México, en México las reformas provienen de una iniciativa, se discuten en ambas Cámaras y se aprueba, en la Reforma Electoral 2007, se prescindió de este proceso.

No funcionó para los empresarios de la industria de la radio y televisión, como dato, tan solo en la última elección federal del año 2015, para el periodo de precampañas electorales comprendidas entre el 10 de enero y el 18 de febrero se transmitieron más de 10 millones 782 mil 720 de spots y para el periodo de intercampaña electoral fueron 12 millones 130 mil 560 y para las campañas 16 millones 174 mil 080; el dato es de una nota informativa reproducida en internet de Notimex por CNNMéxico, el pasado 2 de marzo (de 2015) de una entrevista hecha al presidente del Comité de Radio y Televisión, el consejero Arturo Sánchez (Gutiérrez). Me llamó la atención y por eso tengo el dato a la mano, porque el funcionario indicó que se transmitían 96 spots diarios, alrededor de 5 cada hora. ¿Cuánto dinero dejaron de recibir los partidos si persistiera el modelo de compra-venta de espacios publicitarios? Estimo que esto no complace en lo absoluto a estas empresas de radio y televisión.

Pero, además, pasamos de un sistema de libre mercado a un control de Estado, como ya hemos visto, al otorgársele al INE o hoy IFE, la administración única, en el artículo 41 constitucional y que como ya platicamos se reprodujo en las constituciones locales y leyes secundarias, en materia de radio y televisión.

La regulación de los medios de comunicación en México



Si me permites una acotación, algunos autores de la democracia que proponen el Estado Mínimo¹¹⁸ (desde Karl Marx hasta Anthony Giddens), es decir, la menor regulación gubernamental. Caso contrario, hacia la Estatización, se corre el riesgo de violentar derechos fundamentales. Entonces, funcionó, pero dejaron muchos huecos.

Huecos como las redes sociales. Los políticos viven de la oferta política y para ello requieren de un medio para presentarlas, e históricamente, el instrumento viable, son los medios de comunicación. Y al acotarse la radio y la televisión como medios de difusión masiva, se recurre a las redes sociales.

Los políticos y los propios órganos electorales tienen sus cuentas de Facebook, twitter, canales de YouTube. Y lo más conveniente, no están regulados, ahí la expresión de las ideas es mayor, la libertad hasta de ironizar con caricaturas como las llamados memes. La caricatura del periódico pero en internet y viral, que admitamos, nos permite desfogues sobre acontecimientos de cualquier naturaleza, y en el caso, de los políticos, ironizar, incluso ridiculizar, y es una expresión que permite en algunos casos reflejar el sentimiento de descontento en ese contexto.

Percibo, que esto se agudizó en la sociedad, en los ciudadanos, porque la regulación directa de la que hemos estado hablando, no me está garantizando el derecho fundamental a expresarme, está totalmente prohibida la adquisición de espacios publicitarios en radio y televisión para manifestarme, a favor o en contra de partidos y candidatos, y ¡jojo! El debate es un derecho de los partidos, aconteció en el reciente proceso electoral 2015 cuando los principales contendientes pudieron enfrentarse.

El ejemplo son los spots entre el PRI y el PAN, a grandes rasgos, el PAN inicia con un spot cuyas versiones se transmitieron en radio y televisión, ahí se increpa directamente al presidente de la República (Enrique) Peña (Nieto) le reclama una supuesta insatisfacción por las políticas públicas y le advierte el

¹¹⁸ Cfr. Giddens, Anthony, La tercera vía. La renovación de la socialdemocracia. Ed. Taurus, México, 1998.

ciudadano, que en verdad no es un ciudadano, es un actor, inclusive, puede ser un militante, que en esa elección votará por su principal contrincante, el PAN.

Inmediatamente, en una capacidad de respuesta expedita, el PRI produce el spot por el cual le da respuesta y en diferencias de días, se está transmitiendo; ahora el PRI, le cuestiona los resultados obtenidos durante los dos sexenios anteriores en los que gobernó, al final del periodo de las campañas electorales, solo dos voces existían, las del PAN y las del PRI en la radio y televisión¹¹⁹, en un abierto enfrentamiento.

El otro hueco, como ya le nombramos, así, es de mi perspectiva las Asociaciones civiles, las cuales empezaron a resurgir y a tener una mayor

¹¹⁹ Gustavo Madero, presidente del PAN, anunció el lanzamiento de la página “www.cambiamoselrumbo.mx”, donde cualquier ciudadano podrá subir sus propios videos para exhibir “lo que presumen los priistas en redes sociales o la vida real”, de acuerdo con un comunicado del partido. En un video con instrucciones para difundir los materiales de denuncia contra el PRI, se indica: “Descarga las imágenes inculpativas (...) Graba las reacciones de la gente ante estos abusos (...) súbelo a tus redes sociales, y que todo México se entere”. Además, piden compartir el video “antes de que lo censuren. Los anuncios de ambos partidos fueron enviados a la Dirección de Pautas del INE y serán los últimos en difundirse antes de la veda electoral que inicia el jueves 4 de junio. Con información del portal de noticias Terra el 7 de abril de 2015. Disponible en: <http://noticias.terra.com.mx/elecciones/pan-pide-a-ciudadanos-subir-videos-vs-pri-y-lanza-nuevo-spot,3cf6da6cab69c410VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html> Consultado el 22 de julio de 2015.

“Oiga presidente. Yo le di mi voto. Usted prometió que estaríamos mejor y el único beneficiado con una Casa Blanca nuevita es usted”, dice un hombre, quien luego añade que votará por el PAN y distintas escenas donde la gente canta el nombre de ese partido.

En el segundo una joven plantea: “Señor presidente. Usted nos prometió vivir tranquilos y con seguridad. Pero hoy me siento más insegura que nunca. Usted ha hecho muy poco. Por eso esta vez no votaré por su partido. ¿Quiere saber por quién voy a votar?”.

Y el PRI responde al promocional blanquiazul con uno, donde un hombre entona la canción que promueve el PAN y una chica le responde: ¿Y ahora tú?. Luego éste contesta: “Es que acabo de ver un comercial buenísimo del PAN. Sale una chavita bien seria y le dice al presidente: Yo no voy a votar por el PRI, porque hay mucha inseguridad”.

La mujer lo inquiere: “¿Sí? ¿Y por qué no mejor le reclama al presidente panista que estuvo antes y que fue el que dejó este país más inseguro que nunca. ¿O qué? ¿No te acuerdas?”. El spot del PRI cierra con un hombre entonando la marcha fúnebre con la palabra PAN.

Siguiendo el formato de los anteriores, en otro promocional del PAN, una joven expresa: “Presidente. Yo le di mi voto porque usted prometió que mejoraría la economía y han aumentado los impuestos, los gastos, el dólar. Todo. Menos los ingresos. Usted ha hecho muy poco. Por eso ahora no voy a votar por su partido. ¿Sabe por quién voy a votar? PAN, PAN...”

Uno más muestra imágenes en blanco y negro del “gober precioso” Mario Marín y su socio Kamel Nacif con el siguiente mensaje: “Tú lo conoces. Sabes quién es y lo que representa. No tiene nada de precioso. Cambian de rostro. Cambian de nombre. Cambian de apellido. Pero todos ellos son lo mismo. Vamos a proteger todo lo que hemos construido (aparece pantalla azul) Este 7 de junio. Vota PAN”. Versiones estenográficas obtenidas con información del portal de noticia de la Revista Proceso publicado el 26 de mayo de 2015. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/405463/2015/05/26/la-casa-blanca-de-angelica-y-la-narcoguerra-de-calderon-en-la-nueva-guerra-de-spots-pri-pan> Consultado el 22 de julio de 2015.

incidencia en la promoción política, para abreviar, el caso Mier y Terán es precisamente originado por la posible promoción política de (Jaime) Mier y Terán (Suárez) a través de la Fundación (Isabel) de la Parra. La sola actuación de esta fundación motiva el PAS (Procedimiento Administrativo Sancionador) del que hemos estado conversando. Ahí está toda la verdad histórica y jurídica en el expediente respectivo y que como sabemos, también contrapunteó criterios entre los órganos administrativos electorales y los jurisdiccionales. El Consejo Estatal del IEPC (Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco) encontró elementos para la sanción, el TET (Tribunal Electoral del Estado de Tabasco) dijo que no y la Sala Regional Xalapa del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, revierte y confirma lo determinado inicialmente por el Consejo Estatal y el INE dice que el asunto es infundado¹²⁰.

Finalmente, me parece que se hizo poco sobre la cobertura informativa en los medios de comunicación cuanto a los contenidos. Si bien es cierto, desde el punto de vista del Derecho, se institucionalizó el derecho de réplica, amparados en el ejercicio del derecho a la información y la libertad de prensa, estimo que los medios de comunicación cometen excesos, al respecto, te puedo comentar que la práctica del periodismo que en lo particular viví, prevalece la información negativa, de escándalo sobre la difusión de ideas y propuestas en la atinente a la organización de los procesos electorales. Un dato que valdría la pena retomar es el diagnóstico que en su momento realizamos para tener un instrumento de medición sobre lo que se decía en los medios de comunicación sobre el órgano electoral y sus integrantes, que

¹²⁰ El 14 de noviembre de 2012, el Consejo General del INE aprobó el acuerdo CG/723/2012 por medio del cual votó a favor de la Resolución del Consejo General del Instituto Federal Electoral respecto del procedimiento especial sancionador incoado con motivo de la denuncia interpuesta por el C. José Luis Garciliano López y el Instituto electoral y de Participación ciudadana de tabasco en contra del C. Jaime Mier y Terán Suárez; la Fundación Alianza por un Tabasco Nuevo, A.C; las personas morales denominadas Tele emisoras del Sureste, S.S. de C.V.; Televisión Azteca, S.A. de C.V.; JASZ Radio, S.A. de C.V.; Comunicaciones Grijalva, S.A. de C.V., y Radio Tabasco, S.A. de C.V., y del Partido Revolucionario Institucional, por hechos que considera constituyen Infracciones al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, identificado con el número de Expediente SCG/PE/IEPCT/CG/054/PEF/131/2012; declarándose infundado.

precisamente, elaboramos de manera conjunta. Sin pruebas objetivas, se dijo una enorme cantidad de peyorativos en contra de la institución electoral.¹²¹

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí hubo avances... Pero... Aquí hay dos vertientes, si me permites dividirlo así. Primero, Si ayudó... ¿Por qué? Porque hubo cambios de reglas simples y flexibles a procedimientos estructurados, a los que se les llamó Procedimientos Administrativos Sancionadores.

A través de estos, se especificó las faltas administrativas, los protocolos para su presentación, la parte procedimental para el desahogo de las quejas y denuncias, y algo interesante, en los casos Especiales, los tiempos establecidos son breves y se hace efectiva la justicia oral, que actualmente se implementa en la materia penal, por ejemplo.

Y de ahí, provinieron los casos como los que hemos estado comentando y los criterios que se establecieron en los órganos jurisdiccionales.

Y por otra parte, al trasladar la facultad monopólica al entonces IFE (hoy INE) de administrar los tiempos y radio y televisión, la autoridad local ya no tiene injerencia; aunque en el establecimiento de criterios de los órganos jurisdiccionales, como en el caso Bertruy, la Sala Superior habla de que no se escinde, es decir, no se pueden ver como eventos separados lo que pasa, por un lado, en radio y televisión, y por otro, el uso de otros medios de comunicación como la prensa, publicidad outdoor (espectaculares). Entonces, los casos deben estudiarse como un todo.

¹²¹ De lo extraído de las 166 carpetas de Síntesis Informativas revisadas se obtuvieron mil 338 notas informativas entre el periodo comprendido del 18 de julio al 15 de diciembre de 2012 en las que se vertieron los siguientes adjetivos calificativos. Consejeros: Cómplices, Cínicos, Negligentes, Irresponsables, Corruptos, Pérdida de la confianza, Imparciales, Deshonestos. Peyorativos: Pillos, Vividores, Zánganos, Sinvergüenzas. Secretario Ejecutivo: Negligente, Irresponsable. IEPCT: Compra irregular, Fraude, Compra Ilícita, Compra fraudulenta, Robo perfecto, Homenaje a la impunidad. Trabajo de investigación a cargo de la entrevistadora cuando se desempeña como asesor de la Comisión de Radio y Televisión del IEPCT. Adjetivos por la mediatización de la compra de un inmueble y quedando sin destacar que el primero de julio de 2012, en Tabasco se dio la Alternancia Pacífica del Poder y una participación ciudadana del 70.8% de los electores en las urnas.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

Estimo que no implicó que hubiese más problemas, sí hubo varios Procedimientos Administrativos Sancionadores, toda vez que, el régimen sancionador dió herramientas, dio la vía para canalizar las inconformidades de los partidos políticos como actores del proceso electoral.

Por eso, aparentemente, se elevó cuantitativamente la presencia de Procedimientos Administrativos Sancionadores porque se empleó, al menos en el 2009, esta vía. Pero hay que considerar que una autoridad electoral, si no tiene la capacidad de sancionar hay problemas, que en casos extremos puede llevar a la organización de los procesos electorales a tiempos extras como impugnaciones a los resultados o la posibilidad de conflictos postelectorales.

Caso contrario en el año del 2012, del proceso electoral ordinario 2011-2012, bajó la incidencia; porque una de las bondades del régimen sancionador fue la disuasión de conductas.

Volvemos a la pregunta inicial, antes de la Reforma Electoral 2007, los precandidatos caminaban libremente en busca de sus postulaciones como candidatos de sus partidos y recurrían a los medios de comunicación, obtenían mejores resultados de posicionamiento en la medida de que tuviesen los recursos económicos que invertir en éstos, y más en los casos en los que para ello, se disponía de una función y financiamiento públicos; y ya como candidatos, igual, en el uso de sus prerrogativas, el 50 por ciento de lo que recibían antes del 2007, conseguían publicitarse mayormente en desventaja de partidos minoritarios.

Como recordarás en el caso Bertruy, su partido político lo sanciona con la negación de su postulación, lo que de alguna manera disuadió a otros políticos a incurrir en faltas administrativas relacionadas con el uso de los m medios de

comunicación, pero se fue a otro terreno en un intento a burlar o cometer fraude a la ley.

Ya recientemente, en el año 2015, en el pasado proceso electoral, la conducta que se usó para la promoción política fue el uso de los informes legislativos, que por ley, les permite principalmente a diputados y senadores publicitarse hasta por 12 días, intentando fijar en la mente de los votantes su persona y su pretensión a otro cargo de elección popular como aconteció con (Francisco Javier) Cabrera (Sandoval), último caso incluido en tu estudio.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

No, me parece que no.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

Pues, yo propondría un cambio en el modelo matemático, de tal manera que se cambie y que en lugar de la base 30/70 actual, invertirlo o hasta un 100 por ciento.

Te explico, si se distribuye un 70 por ciento de los tiempos en radio y televisión administrados por el INE de manera igualitaria entre todos los partidos y no el 30 como está en este momento, todos los partidos aumentarán su presencia mediática, y ese 70 por ciento que se reparte con relación a la fuerza electoral, la diferencia entre los spots que le toca al partido mayoritario y el minoritario se reducirá y abonará a la equidad al acceso a los medios de comunicación. En aras de mayor deliberación y equidad hacia los medios y el contacto de los ciudadanos.

¿Dónde estará la diferencia? En el financiamiento público, porque habrá quienes podrán producir mejores spots, vistosos, pero con el modelo 70/30 que te propongo, en materia de contenidos, la persona más capaz y más talentosa tendrá mejor propuesta y gana adeptos. No ahorcas con el nuevo modelo 70/30 a quien tiene mejor discurso; un ejemplo, (Gabriel) Cuadri¹²² (candidato

¹²² Quadri gana el debate en redes sociales. El aspirante presidencial del Partido Nueva Alianza, Gabriel Quadri de la Torre, fue el ganador del primer debate organizado por el Instituto Federal Electoral (IFE), en Twitter y Facebook, donde el encuentro de los aspirantes a la Presidencia estuvo marcado por las críticas a Enrique Peña Nieto, Josefina Vázquez Mota y Andrés Manuel López Obrador. Disponible en:

del Partido Nueva Alianza en la elección 2006) de la Torre; como profesor universitario era asertivo en sus mensajes, pero con pocos spots para retransmitirlos.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

¿En materia de contenidos?.. ¿Y quiénes tienen la capacidad de sancionar en radio y televisión? El INE en radio. Entonces, me parece que a través del Comité de Radio y Televisión del INE explorar la implementación de los códigos de ética en los medios de comunicación. Desde la buena voluntad de los propios medios de comunicación o bien institucionalizar la figura del ombudsman de la audiencia, estoy en el entendido que en algunas democracias existe esta figura porque legalmente, el INE emite los lineamientos¹²³ para los noticieros para la cobertura informativa, mismos que son observables o no en la práctica, quedan su aplicación a decisión de los medios de comunicación.

Pero, sin entrar a más regulaciones porque te repito soy proclive a las propuestas del Estado Mínimo del que ya te hablé.

<http://eleconomista.com.mx/sociedad/2012/05/06/quadri-gana-debate-redes-sociales>

Consultado el 22 de julio de 2012.

¹²³ INE/CG133/2014 Acuerdo del Consejo General del instituto Nacional Electoral por el que se aprueban los Lineamientos generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomiendan a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y de los candidatos independientes en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 160, numeral 3 de la ley general de instituciones y procedimientos electorales. De fecha 20 de agosto de 2014. Disponible en: http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-acuerdos/2014/Agosto/CGex201408-20/CGex201408-20_ap_5.pdf Documento rescatado el 22 de julio de 2015.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la correulación en los los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Estatutariamente, las conductas de los militantes están reguladas y cuentan con sus órganos de justicia intrapartidaria y procedimientos para la dirimir conflictos derivados de la violación de derechos partidarios. Les falta ser, para mi gusto, precisos en los tiempos procesales para que haya procedimientos claros y resoluciones expeditas. Falta que se hagan valer. Acuérdate para que se autorice a un partido debe cumplir con requisitos como sus documentos básicos, que implica tener principios de doctrina, estatutos y reglamentos; ahí ya hay hasta los Códigos de Ética partidistas inmersos.

9. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. Disuadió conductas hacia el interior de los partidos y candidatos. No incidencia directa porque son temas técnicos. Se tocan en los medios pero por encima. Además, no hay cultura cívica suficiente como para involucrarte en esos temas. La participación ciudadana en las elecciones de Tabasco en el 2009¹²⁴ y 2012¹²⁵, mantuvieron sus estándares nacionales por encima de la media nacional, incluso ubicándonos en los primeros lugares. Particularmente, en el 2009, hubo un hecho vinculado a la inseguridad y la violencia como lo fue el asesinato de Pepe Fuentes¹²⁶ y toda su familia. Un hecho lamentable,

¹²⁴ En el proceso electoral ordinario 2009, la participación ciudadana en las urnas fue de 58.69

¹²⁵ En el proceso electoral ordinario 2011-2012, la participación ciudadana en las urnas fue de 70.8 y se instauró la Alternancia Pacífica del Poder.

¹²⁶ El candidato del PRI a la diputación local por el IV Distrito Electoral, José Fuentes Esperón, fue asesinado la madrugada de ayer junto con su familia en el interior de su domicilio. Los cuerpos de Pepe Fuentes, el de su esposa Lilián Arguelles Beltrán y el de sus dos menores hijos José Francisco y Fernando fueron encontrados por familiares del político tabasqueño, que acudieron a su residencia al no presentarse a las actividades de proselitismo que tenía programadas. El cadáver de Pepe Fuentes fue hallado atado de pies, manos y amordazado en la habitación de sus hijos; los médicos forenses dieron cuenta del impacto de bala que presentó en el cuello, en tanto que su esposa Lilian estaba recostada en la recámara de su habitación y cubierta con una almohada que cubría el balazo que le dieron en la cabeza. En tanto los médicos forenses y criminalistas de la Procuraduría General de Justicia del Estado

repudiado, trágico; pero con el respeto que se merece esta terrible situación, no impactó los índices de votación se mantuvieron.

II. Competencia. El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí... Si somos coincidentes con la idea de que garantizó el acceso a los medios de comunicación a los partidos de menor representatividad. Pero insisto se debe ahora cuidar el aspecto cualitativo de los contenidos de los mismos, tanto en el uso de los spots para evitar centralizar el debate como ya se comentó anteriormente con el caso del PAN y del PRI y la exclusión de los sectores de la sociedad para emitir sus opiniones. Y avanzar también en este aspecto en cuanto hace la cobertura informativa.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

(PGJ) hallaron a los menores de 10 y 13 años de edad, José Francisco y Fernando, dentro de un clóset sin vida. Ellos fueron asfixiados y luego abandonados uno sobre otro en dicho apartado de la residencia. Nota informativa publicada el 6 de septiembre de 2009 por Organización Editorial Mexicana. Documento integro en <http://www.oem.com.mx/elmexicano/notas/n1314475.htm> Consultado el 22 de julio de 2015.

Si favoreció. Ya no hay contratación directa, sino que el INE asigna los tiempos de radio y televisión; ya no hay costo, excepto por el de la producción de los spots y de alguna otra manera, el aspecto de que los medios tengan un ente como el INE que los monitorea, generó condiciones de certidumbre.

3. Como integrante del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó en ese órgano local?

Por una parte sí, porque quitó una obligación que se tenía al trasladarse la administración de los tiempos de los tiempos de radio y televisión al INE. Se convirtió a los órganos electorales locales en tramitadores. En el Procedimiento Administrativo Sancionador hubo reglas específicas que facilitó la actividad del instituto electoral.

Sin embargo, estimó que para los próximos procesos electorales hay que prever que las conductas de los políticos y los medios de comunicación prevalecerán. Eso será un swim¹²⁷, que tensará las elecciones del año 2018 cuando se haga efectiva la reelección de hasta en cuatro periodos, 12 años, para los alcaldes.

Consideró que el uso de los medios de comunicación para la promoción personal de los políticos será un lugar común. Buscarán promocionarse.

Si las reglas actuales, le añades la reelección, independientemente del modelo que tengan, van a buscar invertir en su imagen para informes de labores y atiborrar con su presencia en los medios de comunicación. Ahí habrá uso de los recursos públicos, toda vez que sigue sin aprobarse la Ley de Publicidad Gubernamental.

¹²⁷ Swim. Esta es la acción más complicada que existe en el Béisbol y se dice que ningún deporte tiene acción más complicada que la de conectar dos cuerpos redondos a velocidades que sobrepasan los 150 Km por hora en una distancia menor a los 18 metros con lanzamientos variados, para lograr que sea un imparable. Definición de Vinicio Aguilar Rovirosa tomado del portal. Béisbol: principios técnicos básicos a la ofensiva. Disponible en <http://www.efdeportes.com/efd59/beisbol.htm>

Maday Merino Damián¹²⁸

Consejera presidente en el Proceso electoral ordinario 2014-2015

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del órgano administrativo electoral local de Tabasco, relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en canto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante el ejercicio de su función y atribución en el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementados en el modelo de comunicación de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

- I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

¹²⁸ Consejera Presidente del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco a partir del 1 de octubre de 2014. La primera mujer en asumir la presidencia de un Consejo Estatal. Licenciada en Derecho y Maestra en Derecho Civil por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Pertenece a la Red Nacional para la Democracia; sus trabajos de investigación en colaboración de la Doctora Guadalupe Vautravers Tosca son relativos a los trabajos democráticos en los tres órdenes de gobierno de las entidades federativas en México; mismos que han sido publicados en revistas especializadas del Derecho. La mujer Indígena en la Vida Democrática de México, El Estado democrático y su Responsabilidad ante los Derechos Humanos (Brasil), Retos de la Democracia en la Sociedad del Conocimiento E- Gobierno y Transparencia: caso Tabasco, (aceptada para Panamá); son algunos de las aportaciones hechas al ámbito académico. Profesora de la División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Contribuyó hasta en 6 ocasiones como Consejera Electoral en el Sexto Distrito Electoral Federal, en el entonces Instituto Federal Electoral, hoy Instituto Nacional de Elecciones.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?

Yo lo que te puedo decir, es que fue sano lo que sucedió porque hubo piso parejo para los partidos políticos. Hubo un orden en cuanto a la participación que ellos pueden tener los medios y que le pueden llegar a la ciudadanía.

La ciudadanía debe conocer de forma horizontal, de forma primigenia, las propuestas de cada uno de los contendientes, en este caso de los partidos, sus plataformas; deben estar muy a la par. Sabemos que en medios escritos hay una forma, en la calle hay otra; pero esa parte, en la que se bombardeaba (de mensajes publicitarios en radio y televisión) porque este tiene más dinero y este que tienes menos dinero podía ser mejor, pero ahí era donde como que allí había una discrepancia, y entonces, la ciudadanía no tenía el mismo cotejo (de propuestas políticas) por el bombardeo que le hacían a su conocimiento, a sus sentidos, de su forma de conocer y de acercarse a la información; por eso creo que eso fue muy bueno. Porque limitó, limitó y limitar es excepcional y ayuda mucho.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

La actual. No. ¿Por qué? No del todo, no podemos ser radicales. La reforma es buena, pero creo que le falta, le falta mucho; porque nosotros tenemos ese control real, pero ese control real, lo deberíamos tener en todo lo que utilizan los actores políticos y en cuanto a lo que ellos realmente están haciendo, y que ese control, pueda venir desde la propia norma y hay una falta de control. Estamos viviendo, ya la ONU (Organización de las Naciones Unidas) ya lo dijo estamos viendo en una Sociedad del Conocimiento, y ahí sí voy a hablarte como creo lo que vivimos, vivimos una comunicación exhaustiva en todas las redes de comunicación. Todo esto nuestra ley, nuestra norma, no está regulado, o sea, una regulación precisa, lo ha dejado muy suelto; yo te podría hablar un poquito de este tema en razón de que hemos observado que hace falta que la propia autoridad, en este caso, el propio Estado pueda regular todo el esquema que

conlleve los medios de comunicación en razón de todas estas redes de comunicación actualizadas. Esa parte, es la que creemos que le hace falta. Porque si vivimos una Sociedad del Conocimiento, la mayoría de los ciudadanos de este país, pero hasta los que no tienen la calidad de ciudadanos, pero son mexicanos, menores de edad, están en casa y lo que utilizan más, lo que ven más, lo que les llega de primera mano, lo que está sucediendo, el accidente que sucedió, el malestar que pasó, que si ya estoy comiendo esto o que ya atropellaron a alguien, la información precisa la llevan ahí. Entonces, se me hace que se ha desatendido, descuidado, por el propio Estado de regular esta parte. Entonces, como autoridad electoral, empiezan a suceder hechos, hechos de actores políticos a través de esas redes sociales y esta infinidad de temas, positivos algunos, negativos otros, pero se dieron muchos temas, pero sucede que la autoridad está impedida a actuar porque no hay una regulación precisa para actuar en ese tema. Creemos que sí falta mucho.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

La reforma electoral que genera a partir de 2014, que es la última que nos compete a nosotros, es una reforma que no solamente promueve la judicialización¹²⁹, sino que también la estandariza. Y no solamente en los temas objetivos propios de la elección, que es el candidato al caminar o los partidos políticos en su actuar. Sino que también en un tema peculiar que tiene que ver con los recursos, con las finanzas de los partidos y los candidatos, las prerrogativas, todo lo que utilizan, si verdaderamente lo usaron para lo que es, este tema nos pega mucho porque ahorita no es nada más caminas y tienes un resultado, ahora el Tribunal (electoral) te confirma porque están abiertas las impugnaciones, porque en un Estado de Derecho, cumple la ley con darle el

¹²⁹ El 24 de junio de 2014 en su portal de internet, el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, emitió un comunicado especial, que en cumplimiento del principio de máxima publicidad, informó que se recibieron 79 medios de impugnación de los cuales 14 correspondían a la elección de Diputados por el principio de Mayoría Relativa, 16 contra Diputados por el principio de Representación Proporcional, en 37 contra de Presidentes Municipales y Regidores por el principio de Mayoría Relativa y 12 contra Regidores por el principio de Representación Proporcional.

camino legal y la oportunidad legal al ciudadano o a los actores políticos para que si no está conforme con lo que dice la autoridad administrativa lo dirima ante la autoridad jurisdiccional.

Ahora no solo es lo que se diga en razón de los candidatos y los partidos, ahora te tienes que esperar que se resuelva, si efectivamente, se dijo tu ganaste, tenemos que esperar a que nos resuelva la fiscalización, si tu cumpliste, y no te gastaste más de los recursos otorgados para el proceso electoral. Pero aunque ya te hayan entregado tu carta de mayoría, que ganaste en la autoridad administrativa electoral local, pero sí el INE dice que sobrepasaste los gastos, dice lo contrario, y de ahí, te puedes ir otra vez al Tribunal¹³⁰. Entonces, creemos que en vez de decir no se va a judicializar todo, se vuelve, o se estandariza el tema, porque no solo se va a tratar el tema del objetivo de la elección, sino también de los gastos que se tuvieron, en razón de eso va a hacer efectivo tu gane o no lo es, y también, se vuelve a judicializar.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

Creemos que sí se puede hacer cambios a la norma.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

Se propone podamos tener un adecuado posicionamiento en cuanto a los medios que son a través de redes de comunicación, eso sería una. Que pudiéramos tener un control de todos los medios, ahorita, solo se hace el análisis de medios de mayor circulación y de medios de mayor escucha, aún y cuando, sabemos que hay medios de menor escucha, de menor circulación, debería hacer a todos los medios, no a ciertos medios, debería existir un control de parte de la autoridad administrativa, que en este caso es el INE, para el tipo de

¹³⁰ El INE es su sesión extraordinaria de fecha 20 de julio de 2015, analizó en el punto 2.16 de su Orden del Día, el Dictamen Consolidado que presentó la Comisión de Fiscalización y Proyecto de Resolución del Consejo General del Instituto Nacional Electoral respecto de las irregularidades encontradas en el Dictamen Consolidado de la revisión de los Informes de Campaña de los Ingresos y Egresos de los candidatos a los cargos de Diputados Locales y de Ayuntamientos, correspondientes al Proceso Electoral Local Ordinario 2014-2015 en el estado de Tabasco. Se aprobó con engrose. Se publicará una vez que concluya su procedimiento administrativo. El documento seguía sin ser publicado hasta el 25 de julio de 2015. Se encontraba de manera enunciativa en <http://www.ine.mx/archivos2/portal/ConsejoGeneral/SesionesConsejo/resoluciones/2015/Ext/20julio/> Consultado el 15 de julio de 2015.

anuncios que se sacan, lo vimos que a pesar de que se dijo que debería ser menos dañino para los propios actores políticos, pues vimos que eso no se dio. Ser un poquito estricto en ese tema, deberían ser propositivos. Deberían existir reglas precisas para posicionamiento en medios de parte de los partidos¹³¹.

Otro tema importante son los horarios, pero los horarios en los cuales se transmiten muchas veces son en los que lo ven la mayoría de los adultos (los spots a los que tienen derecho los partidos políticos), pero creo deberían existir horarios donde los posicionamientos de los partidos políticos, principalmente sus plataformas, a lo mejor como ha sido siempre en pequeños spots, pero en horas que son siempre donde la gente sí está muy pendiente, puede ver esa plataforma porque esto marca la vida de un país; marca la vida de un estado, si no le damos la oportunidad al que está escuchando, al que está viendo en horas que sí lo hace, entonces, estamos como en un claroscuro de información, porque si está, pero en un horario de doce de la noche que casi nadie lo escucha.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Podría ser una vía pero sí debería existir una especie de comisión o de comité del órgano administrativo que verifique, que cuide sus propias reglas; estaríamos

¹³¹ Artículo 198 numeral 2 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos del Estado de Tabasco: “En la propaganda política o electoral que realicen los Partidos Políticos, las Coaliciones, los precandidatos y los candidatos, deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. El Consejo Estatal está facultado para ordenar una vez satisfechos los procedimientos establecidos en esta Ley, el retiro de cualquier propaganda contraria a esta norma, así como el retiro de cualquier otra propaganda. Artículo 193 numeral 3 de la misma norma: La propaganda electoral comprende el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones, que durante la campaña electoral producen y difunden los Partidos Políticos, Coaliciones, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el interés de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas. Artículo 181 numeral 3. Se entiende por propaganda de precampaña electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones, que durante el periodo establecido por esta Ley y el que señale la convocatoria respectiva difundan precandidatos a candidaturas de elección popular con el propósito de dar a conocer sus propuestas.

como los partidos políticos, los partidos políticos ellos generar sus propias plataformas, sus propios estatutos y cuando los incumplen, la autoridad administrativa los requiere; pero ellos los generaron y los aprobaron, por esa parte, ahí sería interesante, es un tema interesante el que tocas porque aquí se podría proponer que el propio INE, que es la autoridad administrativa encargada de regularlos, decirles, ven y dame cuáles son tus lineamientos en materia electoral, y a lo mejor, se dictara un lineamiento para que ellos (los medios de comunicación) se apegaran a ese lineamiento, y entonces, ver una línea común para proponer, o en su caso, emitir información de lo que está sucediendo en el plano electoral.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la correulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Podría, podría resultar. Los códigos de ética, como su nombre bien lo indica, código, y un código es manejado, y te vas al tema de los códigos, los códigos en la antigua Roma se manejaban como leyes de conducta al interior de un grupo muy reducido, entonces, hablar de código, indica que sí vamos a seguir una conducta, y esa conducta es como muy trabajada por mí misma y yo sigo ese código de conducta, entonces, ahí tendríamos que ver si lo vamos a hacer como un código como un reglamento. Si lo hacemos nosotros como un reglamento, ahí podríamos generarle una sanción y nos ayudaría muchísimo, si yo sigo mi código de conducta en razón de lo que tengo que decir, de cómo me debo conducir, de lo que quiero dar a conocer a la ciudadanía tabasqueña, pues ahí vamos a tener una forma de regular, de generar el cumplimiento.

8. Los resolutiveos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Los Procedimientos Especiales Sancionadores, aun cuando, en su momento emitimos una sanción por este caso¹³², y luego los medios lo dieron a conocer; aquí te quiero dar a conocer varias cosas, una, los actores políticos que estaban

¹³² Procedimiento Especial Sancionador SCE/PE/PRI/003/2014. Denuncia presentada por el Partido Revolucionario Institucional contra el diputado local Francisco Javier Cabrera Sandoval por la difusión ex temporánea de su informe legislativo.

en ese momento, los que estaban más atentos a escuchar que es lo que iba a pasar con lo que estaba haciendo, que pareciera que fueran actos anticipados de campaña, en razón de esto, y eso lo pudimos ver, fue visible, cuando vieron que fue sancionado por el órgano administrativo, muchos de los actores políticos que estaban en esa perspectiva o hacer estos actos, se inhibieron; entonces, eso provocó que a lo mejor yo cuando iba a casa que encontraba algunos carteles de diferentes actores políticos, después de hacer sacado este acuerdo como los medios lo divulgaron bastante, entonces, qué sucedió muchos (de esos carteles) desaparecieron, es más, muchos actores políticos, de mucha fuerza política no hicieron tantas mantas o medios o formas de comunicarse con la ciudadanía quizá como se venía haciendo en otros años electorales, porque precisamente vieron lo que pasó.

Pero, también quiero mencionar, que la ciudadanía también se dio cuenta de quienes son los que más sacaron estos espectaculares, quienes son los que menos sacaron estos espectaculares, y esto, la propia ciudadanía lo ve, lo dice, entonces, no solo se quedaron como en qué sucedió y los actores políticos decidieron no poner tantos (espectaculares)

En la ciudadanía impactó porque la ciudadanía dijo veo pocos espectaculares, veo poco pendones, poca información esto quiere decir que están gastando poco (dinero), decían; creemos que tienen menos o es poco lo que tienen por eso no están gastando tanto o tienen miedo que la Fiscalía les haga un estudio y le tumben la elección en caso de que la ganen, entonces se fueron dando varios temas en razón de estos espectaculares que los medios de comunicación que estuvieron sacando; pero para lo que quiso hacer en ese momento, en razón de que no estuvieran haciendo actos anticipados de campaña, yo creo que fue bueno porque se divulgó. Fue efectivo para lo que se pensó para ese momento.

- II. **Competencia.** El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de

comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No la favorece, pero te voy a decir algo, tenemos una norma que dice a quien le compete el mayor número de tiempo, quienes tienen más minutos, y quienes tienen más minutos, pues es al partido que en su momento, a través de los procesos electorales ha generado mayor certeza y que los votantes han votado por ellos.

Si nos fuéramos a un piso parejo, como es una elección, todos debieran estar en un mismo plano, todos los deberíamos escuchar el mismo número de veces, todos los deberíamos ver en los espectaculares el mismo número de veces, entonces, los deberíamos escuchar en la radio en el mismo número de horas, en los periódicos deberían tener el mismo acceso, eso sería una igualdad, eso sería lo ideal.

Pero nuestra ley, nos dice que por este partido político es por el cual, la ciudadanía ha votado ancestralmente más, pues entonces a este le vamos a dar más porque tiene el mayor número de votantes, porque tiene el mayor número de militantes, también esa es una temática que utilizan, pero no vemos más allá de lo que meramente es y de lo que debería ser; si ya hay acceso para varios partidos políticos y vamos a hacer una elección, aquí como ciudadano, aquí me voy a meter a una opinión muy personal, quiero ver las propuestas a la par de todos, no quiero ver al que siempre ha ganado, si no quiero ver a todos. Yo creo que ahí todavía falta mucho que lleguemos a ese plano; ese plano nos daría calidad en el proceso de la democracia, al poder escuchar a todos del mismo modo, en los mismos tiempos, no más darle más tiempos a unos más que a otros.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado

La regulación de los medios de comunicación en México en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Es un tema que está siendo analizado por el INE, lo aclaro todavía, sería precipitado dar un tema preciso al respecto. El INE lo que está trabajando ahorita es precisamente el tema de la fiscalización y esto hizo que se transparentara, si te vas desde la perspectiva legal porque el INE tiene el control y nadie puede salir de ese control.

Pero hay un riesgo aquí, porque hay medios de comunicación que son locales y que el INE no puede validar y que son a los que la gente de la localidad escucha, que tal vez, esos medios no están monitoreados y resulta que a lo mejor están monitoreados Televisa, TV Azteca, estos así grandes, o Radio ACIR, estos están bien monitoreados, pero resulta que al que verdaderamente escucha el ciudadano, el pueblo de esos lugar, es a la radio X, y es a la que escucha y ahí se la pasan hablando de un candidato no más, y qué sucede, ahí falta que entren a esa regulación todos.

3. Como integrante del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó en ese órgano local?

Creo que fue bueno en el campo que el INE me marca los límites en el área de comunicación, en el sentido, de que el INE tiene el control de los medios de comunicación, fue bueno, por ese lado.

Lo que insisto, sí faltaría, una de dos, o nos abre el campo para que podamos monitorear y sea legal el monitoreo de los medios de comunicación que no han sido integrados en el INE o que los integre para que sean monitoreados y no quede ninguno fuera porque realmente lo requerimos en procesos electorales. Me tocó observar en el 2012 y ahora en el 2015, y

hemos observado que en época electoral surgen muchos medios que hablan de la materia electoral y que no son monitoreados como los medios que tienen mayor circulación o de mayor escucha¹³³.

¹³³ Con la reforma electoral 2014 en Tabasco, de su ley electoral desapareció el artículo 84 parte in fine que obligaba a la autoridad electoral local hacer el monitoreo de precampañas y campañas a cargo de la Comisión de Radio y Televisión, cuya figura también desapareció de la norma.

Roberto Félix López¹³⁴

Secretario del Consejo Estatal en el proceso electoral ordinario 2014-2015

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del órgano administrativo electoral local de Tabasco, relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en canto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante el ejercicio de su función y atribución en el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementados en el modelo de comunicación de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

- I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.
 1. **¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?**

¹³⁴ Roberto Félix López es el actual Secretario Ejecutivo y del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Es Licenciado en Derecho por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Su trayectoria en materia electoral comprende su ejercicio como Secretario Ejecutivo del Cuarto Distrito Electoral en el Instituto Federal Electoral, y posterior, Instituto Nacional Electoral, por 20 años que perteneció al Servicio Profesional de éstos; de donde renunció para asumir en el año 2014, la mencionada Secretaría del Consejo Estatal. Como una de sus funciones y atribuciones previstas en la Ley Electoral del Estado es el responsable del cumplimiento del acceso a la radio y televisión de los partidos políticos como parte de sus prerrogativas.

En el caso particular sí. Le explico. En 2006 hubo una controversia generalizada en razón de que los medios de comunicación o los dueños de los medios de comunicación básicamente llegaron a ser incontrolables, es decir, que hicieron o prácticamente dieron a los partidos políticos un sin número de espacios tanto en televisoras como radiodifusoras, por lo tanto, llegó a excederse los propios candidatos del tiempo que ellos tenían en radio y televisión como prerrogativa, entonces, también ese tiempo fue usado como la famosa campaña negra¹³⁵, es decir, se usó para denostar tanto a partidos como candidatos, sin ninguna regulación, lo que hace el constituyente es precisamente regular que ese tiempo del Estado, porque sabemos que ese tiempo de radio y televisión es del Estado porque es el Estado que concede, pues regular de la mejor manera posible que ya no existiera ese tipo de controversias.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Bueno. Yo digo que la norma es suficiente. ¿Por qué, por qué es suficiente? Porque hasta este momento no se ha dado o nos llevamos a cabo ningún procedimiento especial sancionador que fuera contra un partido político o candidato especial que haya adquirido spots tanto en radio como en televisión, es decir, esa reforma o la propia ley ha sido suficiente en virtud de que el propio candidato ya no ha explorado esa parte de ir a los medios de comunicación; también acotó que los propios medios de comunicación porque también se habló de que los medios de comunicación hacían entrevistas y que esas entrevistas eran pagadas, había un proceso ahí de, de, llámelos de complicidad entre el propio candidato y el propio medio, para pues obviamente para trasgredir la ley, entonces en esa parte, se le bajó ya no se dio en este proceso electoral ni en los anteriores desde 2007, se ha venido regularizando esto, pero además como ya se trata de un rango constitucional, bueno pues ya los concesionarios de medios

¹³⁵ La campaña negra o sucia se estima aquella que contravenga el artículo 41, Apartado C, párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que dice: En la propaganda política o electoral que difundan los partidos y candidatos deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. En Tabasco, se regula en el artículo 198 numeral 2 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos del Estado de Tabasco que señala: En la propaganda política o electoral que realicen los partidos políticos, las coaliciones, los precandidatos y los candidatos, deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. El Consejo Estatal está facultado para ordenar una vez satisfechos los procedimientos establecidos en esta Ley, el retiro de cualquier propaganda contraria a esta norma, así como el retiro de cualquier otra propaganda.

ya no se arriesgan pues ya no son sancionados, tenemos el caso muy particular de Televisa y de TV Azteca¹³⁶ que fue sancionado con varios millones de pesos y que aún siguen en proceso legal de la aplicación de multas por haber realizado entrevistas a candidatos y haber pasado spots de televisión que fueron adquiridos por candidatos.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

No, no, definitivamente no. La regulación de medios va encaminada precisamente a que exista equidad en la contienda electoral, esta equidad, es que todos los candidatos solamente tengan la misma cantidad en radio y televisión, es decir que los tiempos que se le otorga en medios sea igualitario para todos, tengan la posibilidad de dirigirse a la ciudadanía a través de los medios de comunicación electrónicos, sin embargo, no disminuyó porque existen otras causales que no necesariamente son con la adquisición de espacios en medios de radio y televisión.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

No. Yo creo que no que no. Yo creo que puede reforzarse.

¹³⁶ Televisión Azteca tendrá que pagar una multa de 350,500 pesos por un reportaje que transmitió en sus noticiarios y que "se apartó de la objetividad" al hacer una mención del PRI y el Partido Verde (PVEM), resolvió este miércoles la Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). Los miembros del órgano jurisdiccional también impusieron por unanimidad una multa al PVEM de 70,100 pesos. Los magistrados se refirieron al reportaje "Acuerdo de Movilidad", transmitido en el programa noticioso Hechos (AM, Meridiano y De Noche), donde se incluyó la leyenda: "Con estas ideas el PRI y el Partido Verde aspiran a que la Ciudad de México se convierta en un modelo de movilidad como sucede en otras grandes urbes". Los magistrados de la Sala determinaron que dicha frase rompió con el modelo de comunicación política, puesto que es un posicionamiento que se apartó de la objetividad propia del reportaje. Información publicada en el portal de noticias CNNMéxico de fecha 17 de junio de 2015. Disponible en <http://mexico.cnn.com/adnpolitico/2015/06/17/el-tribunal-electoral-multa-a-tvazteca-y-al-pvem-por-un-reportaje> Consultado el 28 de julio de 2015.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

Ya está en la Constitución, aquí tenemos que ver que en el artículo sexto, séptimo y el octavo que son reguladores precisamente del derecho de prensa, de comunicación y de petición, entonces, no ha salido o no tenemos de manera específica, e incluso el Instituto Nacional Electoral lo trajo pero en este proceso lo eliminó, por ejemplo que en el proceso electoral sí existe la posibilidad porque también está en la Constitución, está en la ley, pero no existe un reglamento que determine sobre el derecho de prensa hasta dónde puede llegar el que escribe, asociado con el derecho de información y el derecho de petición, son tres; que deben tomar en cuenta en esto, se puede avanzar prácticamente en lo que se establece en el artículo 41(constitucional), la no adquisición de espacios en los medios. Se podría regular más todavía¹³⁷.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Yo creo que sí. Considero que sí exista como una reglamentación, una regulación, es decir, hasta dónde puede, hablaba del artículo sexto y séptimo, hasta dónde el que opina o el que escribe tiene la oportunidad de llegar y no lesionar el derecho de terceros.

Sí debe aplicarse, debe establecer ese código tanto para el que da como el que recibe la información, establecer parámetros, de hasta dónde pueden (llegar el que opina o el que escribe) para no lesionar el derecho de un particular.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la corregulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta

¹³⁷ El 17 agosto de 2015, Roberto Félix López en su calidad de Secretario Ejecutivo del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco envió oficios a los periódicos locales para solicitar el derecho de réplica por la supuesta declaración que hizo en la que prejuzgaba la resolución del Tribunal Electoral de Tabasco sobre la declaración de nulidad de la elección de presidente municipal de Centro. Sólo el Diario Avance en un espacio pequeño publicó su oficio, el resto de los periódicos, hicieron caso omiso de la petición.

administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Por supuesto, si debe aplicar. Hay en este proceso (2015), por ejemplo, algo que no se regular y no está debidamente establecido hasta dónde podemos llegar en el caso de las precampañas.

En el caso de las precampañas, nos dice la ley que es un determinado tiempo y dice también la ley que usarán los medios de comunicación siempre y cuando soliciten esta parte, pero además, ese medio de comunicación o esa parte de medios de comunicación debe estar dentro de un proceso que lleve a cabo el partido político, pero que además ese partido político lo debe poner en su convocatoria cuando la convocatoria la hace (el partido) y dice que va a ser un proceso electivo abierto, también debe regular es parte de medios y el partido tiene opción de usar esa parte de medios¹³⁸, pero bueno, vimos en esta elección que ningún partido político lo usó, no lo usaron, ninguno, pero sí dieron entrevistas en radio, fueron a la televisión diciendo que eran precandidatos y que estaban compitiendo en un proceso electivo, sin embargo, no está regulado plenamente a donde pueden ir y que es lo que tienen que decir.

Alguien decía (por ejemplo) mi proceso es cerrado, únicamente para militantes, puedo dirigirme a mis militantes, pero cuando uno pone un pendón no lo diriges exactamente a los militantes de un partido o el hecho de que digan que va dirigidos a los militantes de ese partido, no exime que cualquier particular lo vea y que sea exclusivamente "X" militante de un partido, entonces, esa parte sí debe regularse en el código de ética al interior de los partidos. Para que exista democracia partidista pero igualdad en la contienda que se da entre los partidos políticos.

¹³⁸ Artículo 41, Apartado A inciso c) Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y televisión; el tiempo restante se utilizará conforme a lo que determine la ley.

8. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Desde mi punto de vista no es medible esa parte, porque bueno, yo creo que incide más que en la participación ciudadana, como una medida ejemplar para que más actores políticos se limiten en ese tipo de acciones, lejos de ir a incidir en la participación ciudadana, incide a que los actores políticos se limiten a alguna actividad de la naturaleza por la que se sancionó a (Francisco) Javier Cabrera Sandoval¹³⁹.

No veo que ello incida en la participación ciudadana¹⁴⁰, creo alimenta o retroalimenta al ciudadano, diciendo bueno, la autoridad está poniendo un alto a una persona que quiere ir más allá de los que tiene dentro del proceso electoral, si no lo que quiere hacer es precisamente es avanzar quitando eso, que la ley se lo da, pero abusando de esa parte de ir delante de los demás contendientes en la elección.

No incide definitivamente en la participación ciudadana, pone un alto, ejemplifica a los demás contendientes y se limitan.

- II. Competencia.** El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La

¹³⁹ Roberto Félix López en su calidad de Secretario Ejecutivo del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco presentó el proyecto de resolución del Procedimiento Especial Sancionador identificado como SCE/PE/PRI/003/2014 porque el que se sancionó al diputado local Francisco Javier Cabrera Sandoval por excederse en el tiempo establecido para la difusión de su segundo informe legislativo que por mandato del Tribunal Electoral de Tabasco se modificó proponiéndose que sea su superior jerárquico, el Congreso del Estado, el establecimiento de la sanción; mismo encuadro que se empleó cuando se denunció a los diputados federales Gerardo Gaudiano Roviroso y Claudia Elizabeth Bojórquez Javier. Hoy electos como presidentes municipales de Centro, Jalpa de Méndez y regidor por la vía de la representación proporcional en el municipio de Tenosique, respectivamente.

¹⁴⁰ Tabasco logró ubicarse en segundo lugar a nivel nacional en participación ciudadana en el proceso electoral del 7 de junio, con el 57.04 % de participación en entidades en las que no hubo elección de gobernador. El Instituto Nacional Electoral (INE) este lunes dio por concluido el proceso electoral 20142015 y en la sesión convocada para este martes, el presidente del Consejo Local, José Lule Ortega aseveró que pese a que los resultados electorales han sido parcialmente impugnados estos fueron ratificados por el máximo órgano jurisdiccional en material electoral federal. Texto informativo publicado en el periódico El Heraldo de Tabasco de fecha 29 de julio de 2015, presentado en la Síntesis Informativa del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco acreditado a Ruth Pérez Magaña.

competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

En parte favorece. Se ha venido señalando en muchos años el 30/70, ese 30 que se le da de forma igualitaria, ese 70 que se da a los partidos que obtuvieron la mayoría de votos, pues yo creo que no existe una igualdad real o una equidad en la contienda porque si se ve la desventaja de un partido político que se lleva más cantidad de esa repartición que se hace de prerrogativas como de dinero como de medios. Para mí, desde ese punto de vista, no existe equidad; desde el punto de vista de recursos y medios de comunicación.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Desde luego como bien sabemos el que regula todo esto es el Instituto Nacional Electoral, pero hace unos días vimos ya que el instituto se pronunció en el sentido del rebase de los topes de las precampañas; para ser sincero yo no vi al Instituto Nacional Electoral, ellos hicieron su trabajo, ellos mandaron a su personal, por ahí también vimos que el candidato de Jonuta¹⁴¹ fue sancionado por el rebase de topes, aunque no tuvo la mayoría de votos fue sancionado.

¹⁴¹ Eduardo Enrique Flores Arias.

Entonces el trabajo del INE se me hace bien y creo que lo hicieron de forma silenciosa, nada más nos pidieron que mandaron direcciones de los candidatos y ellos hicieron su trabajo, y ya vimos como en la medida (de sus funciones) ellos fueron sancionando a los candidatos, cinco, uno rebasó (los toques para el uso del financiamiento público), los demás no lo rebasaron, estamos en esa resolución¹⁴². El trabajo del INE fue eficiente y eficaz en ese rubro¹⁴³.

3. Como integrante del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó en ese órgano local?

Precisamente la ley contiene algunas, llamémosle, algunas cosas que no están determinadas, precisamente, tuvimos que hacer acuerdos por que son necesarios para el cumplimiento de algunas funciones que no están plenamente identificadas en la ley. Desde luego la ley tiene que ir avanzando y tiene que contar con todos los elementos de señalización o determinación, aunque como se diga cotidianamente, irnos señalando como el abecedario; porque la ley tiene algunas deficiencias y esos acuerdos son para especificar, determinar lo que no está determinado, yo señalaría que se requiere una modificación aquellos rubros en los que no está determinado de lo que se puede o no se puede hacer.

¹⁴² En su calidad de Secretario Ejecutivo del Instituto Electoral, Roberto Félix López, recibió notificación de parte del INE del Dictamen Consolidado que presentó la Comisión de Fiscalización y Proyecto de Resolución del Consejo General del Instituto Nacional Electoral respecto de las irregularidades encontradas en el Dictamen Consolidado de la revisión de los Informes de Campaña de los Ingresos y Egresos de los candidatos a los cargos de Diputados Locales y de Ayuntamientos, correspondientes al Proceso Electoral Local Ordinario 2014-2015 en el estado de Tabasco, analizado en Sesión Extraordinaria de fecha 20 de julio. Documento que hasta el 28 de julio no se encontraba disponible en el portal de internet.

¹⁴³ La Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral (INE) desmintió la versión de la dirigencia estatal del PAN, quien afirmó que los informes de gastos de campaña se hablan entregado completos en discos magnéticos en la delegación estatal, afirmando que sí lo hicieron, pero estuvo incompleta y por eso fue la sanción de 5 millones 300 mil pesos. En entrevista con medios locales, Wilbert Zenteno, enlace de la Unidad Técnica de Fiscalización. Texto informativo publicado en el diario Tabasco Hoy firmado por Leobardo Marín; nota informativa parte de la Síntesis Informativa del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco del día 29 de julio de 2015.

Tercera descripción: La conducta política-social

El modelo de comunicación política implementado con la regulación de medios en la Reforma Electoral 2007, representó un cambio radical de las relaciones entre los partidos políticos y los medios de comunicación en cuanto a la difusión de sus mensajes en radio y televisión.

Radical porque se pasó de un modelo de mercado libre, supeditado a la oferta y la demanda; así como el poder adquisitivo que tenían los partidos políticos para acceder a los espacios publicitarios en radio y televisión; a un modelo de estatización, concentrado en la autoridad electoral correspondiente, el IFE en su momento, hoy el INE.

De un monopolio de las decisiones de los partidos políticos para efectuar contratos entre particulares para la difusión de sus mensajes por medio de espacios publicitarios al monopolio del Estado; siendo los antes descritos, sistemas opuestos.

Además, en lo particular, hubo quien no compartió el mecanismo como los que se hizo la iniciativa y la aprobación de la Reforma Electoral 2007, en la que se incluye la regulación de medios, porque no se atendió a los preceptos de la democracia deliberativa, sino que fue acuerdo de los partidos políticos representados en el Poder Legislativo, que la concretaron, sin tomar opiniones; en una aparente imposición de los partidos políticos.

De las bondades del modelo de comunicación política como resultado de la implementación de la regulación de medios de comunicación, la autoridad electoral en Tabasco, percibió a través de sus experiencias en su aplicación.

Normó, controló, reguló, el comportamiento de los partidos políticos, uno en materia de publicidad, a la vez, que se reprodujo en las forma de las coberturas informativas de sus actividades y de sus precandidatos y candidatos durante la organización de los procesos electorales como resultado inhibió conductas que se observaban y que afectaban el principio de equidad.

Si bien, al garantizar el acceso a los medios de comunicación en espacios publicitarios garantizó el principio de equidad, ahora, la autoridad electoral propone que se pase al principio de igualdad, en dos aspectos, modificando el modelo matemático 30/70 por 70/30.

Es decir, del 30 por ciento de los espacios publicitarios que distribuye el INE de forma igualitaria entre todos los partidos políticos como prerrogativa por el solo hecho de contar con registro para participar en el sistema de electoral, pasé a ser un 70 por ciento; y el 70 por ciento que se reparte por la estimación de la fuerza electoral de cada partido, se convierta en el 30 por ciento; la visión es cerrar la brecha entre los partidos políticos que se ubican como mayoritarios contra los que se consideran minoritarios; además de que se propone la revisión de horarios de transmisión, toda vez que, hay franjas horarias de mayor audiencia y de menor audiencia; en la tesitura de que posiblemente no se genera el mismo de llegar a mayor audiencia si el spots es transmitido a las 6 de la mañana o a la medianoche, que en los horarios de mayor rating.

Sin embargo, una impresión compartida por la autoridad, es la espotización, tan solo en el proceso electoral ordinario 2015, para las campañas electorales se programaron 16 millones de spots, alrededor de 96 diarios, un promedio de 5 por cada hora; lo que conlleva a una posible saturación de la audiencia; que sin elementos para asegurar, se considera que puede producir hasta fastidio entre los receptores, que por un mes, están expuestos a estos mensajes en todas las estaciones de radio y televisión con cobertura nacional y local.

Al respecto, la reflexión de la autoridad es el posible sentimiento de agravio para los medios de comunicación, si toma como base la transmisión de 96 spots diarios a costo comercial del spot, porque a precio político el precio llega a triplicarse o hasta quintuplicarse, diariamente, los medios de comunicación perdieron ingresos diarios de por lo menos de 9 mil 600 pesos más impuestos, unos 288 mil pesos al mes más impuestos en la tarifa comercial, pero si se aplica la tarifa política la cifra podría elevarse hasta los 864 mil pesos más impuestos; pero además, al convertirlos en sujetos de responsabilidades a los que se les puede aplicar una sanción y las multas aplicadas fluctúan entre los 5 mil y hasta en cantidades millonarias; la autoridad estima que es evidente que los medios de comunicación fueron acotados.

La regulación de los medios de comunicación en México



Otra situación aportada por la autoridad, sobre el tema, es que los espacios publicitarios están garantizados, pero se reservó el monopolio de los partidos políticos para expresarse en los términos que convengan a sus intereses, de ahí, que la llamada guerra sucia, de mensajes basados en la descalificación y no en la propuesta de la oferta política a como aconteció con los spots del PRI y del PAN en el proceso electoral ordinario 2014-2015.

Aunado a esto, con la prohibición de particulares, de los ciudadanos, por sí mismos, u organizados en figuras jurídicas como asociaciones civiles, fundaciones, organismos no gubernamentales o las cámaras empresariales, la autoridad lo prevé como un recorte, coartación o violación de los derechos fundamentales del ciudadano para expresarse, máxime cuando lo que se busca, es el ideal, del voto informado y razonado.

El cierre en los medios de comunicación electrónicos, hizo según la perspectiva de la autoridad, que los ciudadanos buscarán nuevas formas para expresar su opinión con relación a los partidos políticos, sus candidatos y sus propuestas, en las redes sociales, que la tendencia sería normarlas también, pero se ve inviable que prospere esa idea debido a la naturaleza propia de las redes sociales, porque son personales y la producción de los mensajes pertenecen a la visión personal del que los genera.

A la vez, en la última aplicación de la regulación de los medios de comunicación en el proceso electoral ordinario 2014-2015, la autoridad apreció un proceso de autocensura de los medios de comunicación cuando estaciones de radio y televisión anunciaron que no abrirían sus espacios en los noticieros para que agendar entrevistas a los candidatos, ni tampoco hubo cobertura de sus actividades.

Hasta aquí, perdieron los medios de comunicación y perdió la ciudadanía, aventaron los partidos políticos y sus candidatos al garantizar el acceso equitativo, pero no igualitario a los medios de comunicación y monopolizar los contenidos de los mensajes, crecieron cuantitativamente su presencia en la radio y la televisión, pero al parecer no cualitativamente.

En el caso particular de la acción de la autoridad electoral local, los funcionarios coinciden en que inicialmente, se hicieron aportaciones sustantivas como en el derecho se diseñaron sistemas de estudio, análisis y argumentación jurídica para resolver los casos judiciales presentados.

Los alegatos de los mismos derivaron en criterios y tesis del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación para casos similares en otros estados como cuando se definió el concepto de medios de comunicación, la Sala Superior refirió que el término abarca todos, y solamente la radio y la televisión como lo expresa la ley y cuando reconoció la legitimación del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana para controvertir acuerdos del entonces INE, al considerar si sus acuerdos entorpecían el desarrollo del proceso electoral en Tabasco o impidiese el cumplimiento de la función del órgano electoral local, esto abonó al principio de acceso a la justicia.

En materia de comunicación política, se impulsaron proyectos para la difusión de la participación ciudadana y el voto, el monitoreo de medios de comunicación, en su momento del uso de los espacios publicitarios, y posteriormente, de la cobertura informativa; además de la regulación de la publicidad del instituto como un antecedente de la Ley de Publicidad Gubernamental, aún pendiente de promulgarse en México.

Aunque la autoridad electoral, estima que pudo realizar eficientemente su función pública de estado de organizar elecciones libres y pacíficas cumpliendo con los principios rectores de certeza, legalidad, imparcialidad, independencia, objetividad y máxima publicidad, al inicio la fortaleció y por otro lado la debilitó.

La resolución de los casos judiciales, los sujetó a la rispidez de las relaciones con los partidos políticos y los medios de comunicación, estos últimos y particularmente la radio y la televisión, al nulificarse la posibilidad de tratos comerciales, y ser sujetos de sanciones, repercutió en su proceso de información.

Igual pasó con los medios impresos, al tenerse que adaptar al presupuesto autorizado en el modelo de Publicidad Gubernamental bajo el cual se conduce la autoridad electoral, se agudizó la situación cuando la autoridad electoral local tampoco administra el encarte, ya que es potestad de la autoridad electoral federal, al reducirse los recursos de compra de publicidad en periódicos.

La regulación de los medios de comunicación en México



Pero, ante la reciente reforma electoral 2004 en la que se acotan las facultades de los ahora denominados Organismos Públicos Locales, si bien despresurizó el escenario descrito, la dejó como autoridad que no castiga, por lo tanto, les restó fuerza en su calidad de figura de arbitraje.

La autoridad electoral, se adolece desde el proceso electoral ordinario 2009 al 2014-2015 de la mala imagen pública y la reputación institucional se promueve en los medios de comunicación. Por eso, otra coincidencia, es la revisión de los artículos: sexto, séptimo y octavo constitucionales en relación a los derechos de acceso a la libertad de expresión y de réplica, de acceso a la información, de petición.

En la experiencia de la autoridad electoral, ésta puede ser prejuzgada y juzgada sin fundamentos en los medios de comunicación, sin importar la afectación a su honra y reputación también protegida por tesis y jurisprudencias del Tribunal Federal Electoral del Poder Judicial de la Federación, pero sin efectos, pues al momento de intentar hacer uso del derecho de réplica, al caso un medio la favorece, en otros casos hasta resulta contraproducente.

Un dato particular, es que en el trimestre comprendido entre abril y junio de 2015, 2 meses anteriores, y un posterior a la elección del 7 de junio, el Departamento de Comunicación Social del órgano electoral reportó la selección de 14 mil 29 notas informativas provenientes de 12 periódicos locales, en los que en un 40 por ciento se relataban las actividades de la autoridad electoral, en ellas, más que destacar los esfuerzos por la organización de la elección, se denostó a los integrantes del Consejo Estatal por temas como percepciones, bonificaciones y los juicios políticos promovidos en sus contras.

La política de comunicación del Consejo Estatal es de cerrarse a los medios de comunicación debido a que se hicieron las aclaraciones pertinentes y se evidenció la información en el portal de transparencia, los argumentos de la autoridad fueron usados para sustentar el uso de adjetivos calificativos peyorativos.

La judicialización de los procesos electorales por la regulación de medios de comunicación es fenomenológica, al principio en el proceso electoral ordinario 2009,

se elevó por tratarse de su aplicación primigenia, pero se justifica en eso y en que hubo procedimientos claros y precisos en el Procedimiento Administrativo Sancionador impuesto. Para el proceso electoral ordinario 2014-2015, los índices eran similares en su frecuencia, la motivación se mantuvo los alegatos por la promoción personalizada de los políticos como constitutivos de actos anticipados de precampaña y campaña electoral que afecta el principio de equidad de la contienda electoral, cambió la casuística.

En tanto que en el inicio se acusó del uso de los medios de comunicación, tanto publicitaria como en coberturas informativas para la difusión de servicios profesionales, luego por la promoción de actividades de fundaciones, ya en el proceso electoral ordinario 2014-2015, la razón que motiva la recurrencia a los procedimientos especiales sancionadores fue la difusión de informes legislativos.

No impacta, en el fenómeno de la judicialización, porque la regulación de medios es tan sólo una de las motivaciones, entre varias relativas a las fases preparatoria y de organización del proceso electoral como de la propia jornada electoral, que se encuadran en el sistema de medios de impugnación.

La autoridad electoral difiere en cuanto a si hay o no temas pendientes de regularse en materia de medios de comunicación. Por un lado, existe la propuesta de revisar suprimir las atribuciones de la autoridad administrativa electoral para la resolución de los procedimientos administrativos sancionadores y depositarlas en los órganos jurisdiccionales, revisar el derecho a la libre manifestación de las ideas y derecho de réplica, el derecho de petición y el derecho de acceso a la información; otras perspectivas, opinan explorar la viabilidad de regular las redes sociales, y otros, hablan de dejar regular y hacer prevalecer teorías como la del Estado Mínimo, visto como menos control estatal, más participación ciudadana.

La autoridad electoral al explorar la posibilidad de adoptarse otras figuras como la autorregulación de los medios de comunicación y la corregulación de los partidos políticos, precisa que ambos cuentan con sus códigos de ética, el dilema es su observancia, es resumen, no la hay. En el caso de los partidos políticos, incluso, el código de ética y sus órganos de justicia partidaria son elementos indispensables para sus registros. En el caso de los medios de comunicación, la reflexión, es cómo hacer que se cumplan sus códigos de ética, en ese sentido, había que estudiar quien se

La regulación de los medios de comunicación en México



encargaría de ello, si el INE a través del Comité de Radio y Televisión o de la constitución legal de la figura del ombudsman de la audiencia.

La figura del ombudsman de la audiencia, la usó por un breve tiempo el periódico Tabasco Hoy, aún se desconocen las causas por cual canceló este ejercicio.

Pocos funcionarios electorales estiman que la mediatización de los casos judiciales en los que se encuentran involucrados los medios de comunicación inciden en la participación ciudadana; quienes así piensan, aseguran que los porcentajes de participación ciudadana en las elecciones de 2009 al 2015, se mantienen y continúan en el primer lugar de los indicadores nacionales; además que consideran que por el perfil de los electores, carecen de la cultura cívica como adentrarse en estos temas específicos.

La opinión contraria considera que sí hay un impacto en la percepción ciudadana, particularmente, relacionada con la actuación de la autoridad electoral, al concederle crédito favorable porque seguramente hace algo para evitar el excesivo uso de los medios de comunicación.

En materia de transparencia, la autoridad electoral se enfoca hacia el interior y hacia el exterior. Hacia el interior, porque dotó a la autoridad de elementos para regular la publicidad y con ello, hacer un uso racional de los recursos públicos. Hacia el exterior, ve favorable la regulación de medios por las acciones que se implementaron tanto en procesos como figuras que se adoptaron como el Órgano Técnico de Fiscalización, y aunque la fiscalización con la reforma electoral 2014, también la absorbió el INE, hubo resultados como el hecho de que se detectara y sancionara a precandidatos que sobrepasaron los gastos de precampaña y a partidos que no informaron en los términos legales.

Pero, hay para quienes persisten las dudas, porque señala que aún persisten prácticas que a veces pasan como imperceptibles como es el hecho de que en las publicaciones periodísticas se debe agregar la leyenda de inserción pagada para identificar como un gasto de propaganda del partido o del candidato, y tal pareciera,

que eso sigue sin cumplirse, así como se han explorado otras vías como las atribuidas al Partido Verde Ecologista de México.

En ese sentido, un instrumento de medición que servía de referencia a la transparencia, era el monitoreo de los medios de comunicación, que con la reforma electoral 2014 pasó a ser atribución del INE, la autoridad electoral local no los realizó a partir del proceso electoral ordinario 2014-2015, cuestión que le dificultó validar si efectivamente lo que se denunciaba de la presencia de un partido o candidato en un medio de comunicación; toda vez que el monitoreo del INE fue por muestra, y en consecuencia, no se abarcó a todos los medios de comunicación con cobertura en el estado; actividad que sí desarrolla la autoridad electoral hasta antes de la reforma 2014.

El riesgo compartido por la autoridad electoral es la reelección del año 2018, con los antecedentes que existen sobre flexibilizar la promoción personalizada de los políticos bajo diversas justificaciones para usar los medios de comunicación y como último referente en ese contexto, el uso de la difusión de los informes legislativos, razón por la que se interpusieron los procedimientos especiales sancionadores en el proceso electoral ordinario 2014-2015, cuál será el comportamiento de los políticos para posicionarse ante la falta de una Ley de Publicidad Gubernamental en equilibrio con el acceso a la información pública y el derecho de los ciudadanos de conocer las acciones de las autoridades en turno y que ya gozan del derecho de reelección.

6.3.2. Los Partidos Políticos

Los consejeros representantes de los partidos políticos contemplados por su participación en los casos judiciales, ya sea como demandantes u demandados en los Procedimientos Administrativos Sancionadores, objeto de estudio.

Las entrevistas se efectuaron el 23 y 24 de julio de 2015 en los ambientes naturales de los partidos políticos, la sede del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana, y con quienes aceptaron colaborar.

Partido Acción Nacional¹⁴⁴

Abraham Alanís Garzía¹⁴⁵

Proceso electoral ordinario 2009, 2011-2012 y 2014-2015

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del órgano administrativo electoral local de Tabasco, relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante como abogado de su partido y representante de él ante el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de

¹⁴⁴ Manuel Gómez Morín, junto con un grupo de coetáneos, funda en enero de 1939 el Partido Acción Nacional. Uno de sus primeros objetivos fue formular para México una doctrina congruente y concreta, postulada como norma y guía para alcanzar sus metas. "...una acción permanente que, basada en una actitud espiritual dinámica, hiciera valer en la vida pública la convivencia del hombre integral; una postulación de la Moral y del Derecho, como fuente y cauce de la acción política, y ésta, no mero cambio de personas, sino reforma de estructuras políticas y sociales, para gestionar el bien común".

En febrero de 1939, en el local del Frontón de México, se constituyó el Comité Organizador y el 16 de septiembre de este mismo año quedó conformada la Asamblea Constituyente de Acción Nacional, que adoptaría los Principios de Doctrina y los Estatutos de la nueva organización. Precedieron a estos acontecimientos, una tenaz comunicación con diversos núcleos ciudadanos de los estados, numerosos viajes a todos los estados de la República para conformar la red que iniciaría el movimiento de Acción en el país. Tomado de la Historia del PAN del portal de internet de este partido. Disponible en <https://www.pan.org.mx/el-cen/historia/> Consultado el 24 de julio de 2015. Con el PAN se estableció la Alternancia pacífica en el poder en el año 2000 con Vicente Fox Quesada. En Tabasco hasta el proceso electoral ordinario 2014-2015 compitió como la tercera fuerza política en Tabasco, al caer sus preferencias electorales ante nuevas opciones como el Partido Verde Ecologista de México y Movimiento de Regeneración Nacional. Su presencia en los primeros lugares es por el orden de prelación establecido en los órganos electorales en atención a su fecha de registro. Es oficialmente, por eso, el primer partido como tal en México.

¹⁴⁵ Abraham Alanís Garzía. Es Consejero Representante del Partido Acción Nacional en el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Consejero Estatal de su partido durante el periodo 2009 al 2015 y miembro del Comité Directivo Estatal 2009-2012. Director Jurídico del Comité Directivo Estatal en el periodo 2009-2012.

Es Licenciado en Derecho por la Universidad de Nayarit. Además Contador Fiscal por la Escuela Comercial y Administrativa Las Américas en Tepic, Nayarit; de donde es originario. Estudiante del Quinto Cuatrimestre de la Licenciatura en Seguridad Pública de la Universidad Nacional, Abierta y a Distancia de la Secretaría de Educación Pública. Fue Delegado en Tabasco de la Procuraduría Agraria y de la Secretaría de Gobernación, Director Nacional de Conciliación y Arbitraje de la Procuraduría Agraria. Ex Profesor de la Universidad Tecnológica de Estudios y Abiertos de la Guadalajara, Campus Tepic, Nayarit y Profesor de la Universidad del Valle del Grijalva campus Tabasco.

comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementados en el modelo de comunicación de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

- I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.
 1. **¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?**

Encareció la elección. El modelo político afectó el modelo económico porque encareció la elección. Te explico, quienes buscan promoverse a sí mismos antes del inicio de las campañas, invirtieron más para cubrir sus actos de proselitismo con noticias en los medios de comunicación utilizando cualquier tema, el que fuera, y desde luego, pagando para que eso sucediera y ese costo va a dar a o impactar al recurso público porque alguien, en algún momento, lo van a intentar recuperar la inversión, ya sea cuando emplea los medios para hacer esa promoción personalizada o después ya en el cargo compensará el apoyo recibido.

La regulación de medios de comunicación que adopta un modelo de comunicación política, no resolvió lo que ya acontecía, porque la promoción personal anticipada a los tiempos legales de la ley electoral, se siguió dando de forma simulada para no ser sancionada. No funcionó¹⁴⁶.

¹⁴⁶ La Reforma política es otro de los aspectos que más sobresalieron en los últimos años de la presidencia de Calderón porque lo que hizo en el 2007 con la reforma electoral, hizo que los integrantes del IFE se renovaran en su totalidad, haciendo que después los participantes de los partidos políticos tuvieran limitantes para tener un control en cuanto a la publicidad de cada partido tanto en radio como en televisión, por eso cuando Calderón terminó su gobierno, los medios publicitarios tuvieron restricciones en cuanto al tiempo y las veces que pasaban cosas

1.1. Pero, ¿la reforma electoral del 2007 en su conjunto fue iniciativa del entonces presidente de la República, Felipe Calderón Hinojosa, que representó en la contienda electoral al Partido Acción Nacional, del que usted es parte?

Sí. Pero no funcionó. No funcionó porque la iniciativa tuvo cambios, recortes, modificaciones, al momento de que fue puesta a consideración de las otras fuerzas políticas en el Congreso de la Unión y salió parchada.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. Son sanas pero no son suficientes. Son sanas porque hay un porcentaje o número de candidatos o aspirantes que inhiben la conducta y evitan la promoción personalizada que pueda ser considerada como un acto anticipado de campaña previsto por el uso de los medios de comunicación.

No es suficiente porque “los partidos grandes” y algunos de “mediano tamaño”, le apuestan jugar en el límite de la prohibición, buscando la parte más endeble de la norma para seguir promoviéndose. Yo diría, que esto que comentamos, tiene una relación directa en campaña con la ausencia de una norma obligatoria para que todos los candidatos discutan públicamente sus propuestas ante los medios de comunicación, no hay norma que obligue, en el universo de candidatos, a que debatan públicamente sus propuestas.

Los debates son insuficientemente regulados y esto provoca que, entre los que se promocionaron antes y los que no se promocionaron, no haya un espacio que iguale esta disparidad.

del PAN, porque Calderón es panista. Texto disponible en <http://presidentes.mx/presidentes/felipe-calderon-hinojosa/> Consultado el 24 de julio de 2015. Felipe Calderón Hinojosa fue el sexagésimo primer presidente de México en el periodo comprendido entre el 1 de diciembre de 2006 al 30 de noviembre de 2012.

Parece que no tiene relación, pero si contratamos en otro escenario, la promoción oficial, la promoción a través de la regulación de medios, el acceso a éstos por medio de los tiempos oficiales con los debates, no, no, no está suficientemente regulada, por lo que expuse particularmente en este proceso electoral 2015, en la mesa de discusión del Consejo Estatal cuando nos tocó dilucidar sobre este tema y que se emitieron los respectivos lineamientos¹⁴⁷, porque al no establecerse esa obligatoriedad de asistir a los debates, al que no van todos, deja en desventaja al que no se adelantó contra el que se adelantó.

Al que no se adelantó, no lo conocen porque no es lo mismo, cuando al amparo al recurso público te promocionas y te promocionas, eso es inequidad en la contienda, en consecuencia, genera inconformidad y redundancia en la presentación de impugnaciones.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

No tengo el dato estadístico de los tribunales, pero entiendo que no hubo una reducción real u significativa, Resulta que la judicialización como un fenómeno, es de muchas aristas, y no solo con la promoción anticipada de candidatos, yo distinguiría así rápidamente como razones de impugnación judicial¹⁴⁸: los conflictos de los partidos por la definición de la candidatura, la impugnación de otro partido de tu persona antes de la definición de la candidatura por supuestos actos anticipados y los temas relacionados con la propia jornada electoral. Es una línea de un bloque, por eso digo que no fue significativo, o que haya disminuido o

¹⁴⁷ El Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco aprobó el Acuerdo CE/2015/034 de fecha 30 de abril de 2015, por medio del cual, emitió los lineamientos para la celebración de debates entre los candidatos locales y presidentes municipales en el proceso electoral ordinario 2014-2015. Disponible en [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20150430_00R0300_000034_\(002227_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20150430_00R0300_000034_(002227_1).pdf) Consultado el 24 de julio de 2015.

¹⁴⁸ Cfr. Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en materia electoral. Texto vigente a la última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación de fecha 23 de mayo de 2014. Esta ley de orden federal, data el 22 de noviembre de 1966. Disponible en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/149.pdf> Consultado el 24 de julio de 2015. En Tabasco. Ley de Medios de Impugnación en materia electoral en el estado de Tabasco. Disponible en http://www.iepct.org.mx/docs/marco_legal/ley_medios_impugnacion.pdf Consultado el 24 de julio de 2015.

impactado porque forma parte de, de todas las posibilidades del universo de temas por los que se pueda dar a una impugnación y va seguir creciendo porque las impugnaciones están relacionadas con el efecto.

¿Por qué? Porque cuando nadie gana la impugnación, nadie quiere seguir impugnando, caso contrario, si empiezas a ganar los casos en los tribunales, sigues impugnando.

El fenómeno de la judicialización (los procesos electorales) va a seguir creciendo porque los tribunales (electorales) están resolviendo a favor de los quejosos, en consecuencia lógica, sigues recurriendo a los tribunales y presentando impugnaciones.

Además, a como lo percibo, por lo general, la norma es insuficiente porque se norma lo que ya está sucediendo y siempre se le van a buscar las formas para violarla. No es lo que debería ser, pero así es.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

No.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

Sin duda funciona pero no como debiera funcionar, es decir no cumple con el propósito para el que se creó, sin duda no cumple. Pero no es imputable a la reforma si no al fenómeno que se dio alrededor de ésta, originado por la búsqueda de otras formas de conducta, que sin violar la norma, permite al aspirante al candidato promocionarse anticipadamente, en ese sentido, la norma no funciona por insuficiente, y no tanto por la forma en que se construyó o la forma en que se aplica, está más ligada a un ejercicio de poder.

Es decir, aquel que puede invierte para promocionarse fingiendo ser noticia, fingiendo ser líder de opinión en temas de la sociedad, inventándose un lugar y un espacio que no le corresponde en la sociedad de forma artificiosa.

Un caso. El caso Hojas Políticas¹⁴⁹, la revista le dedica su portada al priísta Adrián Hernández Balboa y publicita esa edición con como 80 espectaculares distribuidos en toda la ciudad en cuyo mensaje central era la fisonomía de Adrián Hernández Balboa y la opinión del mismo sobre los problemas que enfrenta el municipio de Centro y sus posibles soluciones, y recuerda, que esos espectaculares se promovían como la difusión de una revista en una supuesta estrategia publicitaria de la propia empresa, pero la realidad fue otra; toda vez que en los espectaculares predomina (Adrián) Hernández Balboa. Se finge promocionar una cosa, pero el fin es otro.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Eso sería una buena intención, pero debemos recordar la relación de poder entre diarios y poder político, por eso se habla que en México son el cuarto poder, y esto tiene que ver con una relación histórica no atribuible a Tabasco, sino una práctica en todos los estados de la república mexicana y en todos los órdenes de gobierno, desde el ámbito federal hasta el municipal. Cuando llegué a Tabasco en los últimos años del siglo, del milenio pasado¹⁵⁰, me pareció inverosímil que en esa administración estatal, la inversión del gobierno del estado, durante ese sexenio, para la difusión de la obra pública era por el orden de los 16 mil millones de pesos.

¹⁴⁹ Hojas Políticas es una revista que es publicada por Grupo Hojas Políticas de Comunicación S.A. de C.V. perteneciente a la familia Rodríguez Castro y Rodríguez Ceballos. La edición del 24 de septiembre de 2014 ponderó en su Portada al político Adrián Hernández Balboa, 13 días del inicio del proceso electoral ordinario 2014-2015, el 1 de octubre; y a 5 meses del inicio del periodo de precampañas, tiempo en que los partidos políticos eligen a sus candidatos. Militante del Partido Revolucionario Institucional se perfiló para candidato a presidente del municipio de Centro, al final, se convirtió en el candidato de ese partido para la elección de diputados federales por el sexto distrito con cabecera en el municipio de Centro, Tabasco. Elección que ganó. Portada digital disponible en <http://hojaspoliticas.mx/adrian-hernandez-al-rescate/> Consultado el 24 de julio de 2015.

¹⁵⁰ Roberto Madrazo Pintado fue el gobernador del estado de Tabasco en el sexenio comprendido entre 1994-2000.

Pero, la adopción de códigos de ética en los medios de comunicación como buena intención está bien pero, no es la solución al tema.

Ahí yo agregaría, que la ética nunca sobra, bien valdría ponerle códigos. Pero está difícil un buen negocio, es un negocio para los dueños de los medios de comunicación.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la correulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

En el caso del PAN, sí tiene código de ética pero todo lo que te comenté de los dueños de los medios de comunicación, es aplicable a cualquier partido político.

El problema principal es que el político cuando llega a ser gobierno o inclusive antes, cuando es candidato tiene que tomar decisiones relacionadas con la realidad que tiene enfrente, su forma de percibir la realidad, y al momento de hacerlo, va a buscar una solución a su planteamiento pero va a afectar siempre con sus decisiones parte de su entorno y esa decisión no siempre es positiva, entonces, tendrá que buscar equilibrios y en esa búsqueda, a veces ganan más los intereses de grupo o personales, que lo que se busca resolver.

De lo que debes preocuparte por trabajar casa por casa, el que trabajo en la campaña no le corresponde nada, pero el que adula y sin trabajar consigue los mejores espacios en la administración. Así pasa en los partidos.

8. Los resolutive de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

La incidencia es menor, porque no hay un método para medir como podrían impactar sería, interesante idear alguno, pero no fue tan grande, el caso Bertruy, del despacho jurídico, dirá que ganó, porque a la siguiente elección la del 1 de julio de 2012 alcanzó la candidatura y se convirtió en alcalde Centro y que ya está hasta por concluir en el cargo, pero no fue eso.

Sí hay un impacto por la presencia del político en los medios de comunicación como lo hemos venido platicando, pero no tan grande como para definir una elección. Este tipo de presencia mediática no es determinante, sirve para que te ubiquen, si solo la presencia en medios te hiciera ganar una elección, ponemos al conducto del noticiero y ya, no es así.

Hay otros elementos que abonan, la estructura del propio partido, la imagen del partido, resultado de las administraciones, los líderes que se tienen en la estructura operativa, el contacto social, no está tan fácil. Y otros factores como cuando tienes el apoyo desde el poder, cuál fue la queja recurrente de la pasada elección (2015), que desde la estructura gubernamental, se operó antes, impulsando a candidatos colocándolos en los medios de comunicación, y particularmente, los que dependen de él, de manera artificiosamente.

La propia elección, cuando en el desarrollo de la Jornada Electoral informamos ante el Consejo Estatal, las irregularidades que se presentaron como la colocación de los enviones de tierra en la entrada de las escuelas donde se colocarían las mesas directivas (únicas) de casillas. Y como esa, otros cuando en las redes sociales, se difundió un video en que se exhibe a un funcionario de la administración condicionando programas sociales a cambio del voto¹⁵¹.

- II. Competencia.** El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de

¹⁵¹ El funcionario mapache es Ovidio Chablé Martínez de Escobar, coordinador electoral de Arturo Núñez <https://www.youtube.com/watch?v=JuOBGVOtHR4>. Título y video con el que circuló en las redes sociales en el que supuestamente al Coordinador de Desarrollo Rural, Ovidio Chablé Martínez de Escobar, de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario, Forestal y Pesquero (Sedafo) del gobierno del estado de Tabasco.

comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí tiene impacto positivo en la parte de la competencia, no lo considero muy alto, salvo en los estados donde había o hay toda una intervención burda del estado como en Tabasco. Donde las televisoras oficiales¹⁵² se cargan hacia el candidato oficial del gobierno.

Sería difícil tener un dato exacto de que tanto favorecieron a la imparcialidad que debe prevalecer en la contienda electoral, porque el contrapeso negativo sigue siendo la promoción anticipada pero en forma de noticia, en este periodo previo a la elección hasta el Secretario de Transporte¹⁵³ daba noticias todos los días y hoy es diputado local electo. Nunca se arregló una carreta o una calle pero el salía todos los días, o el diputado federal¹⁵⁴,

¹⁵² En Tabasco, funciona como permisionaria la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco, que a su vez, tiene una figura comercial habilitada para la comercialización de sus espacios publicitarios denominada Televisión Tabasqueña (TVT) cuyo administración la preside, en ambos casos, por un funcionario que es designado por el gobernador del estado en funciones.

¹⁵³ El gobernador Arturo Núñez Jiménez le tomó protesta a Agustín Silva Vidal como nuevo secretario de Comunicaciones y Transportes (SCT) del gobierno del estado, en sustitución del ex priista y ex panista José Antonio de la Vega Asmitia, actualmente aspirante a diputado local plurinominal por el Partido de la Revolución Democrática (PRD). Texto tomado de la nota informativa publicada en el portal de noticias Reporteros del Sur. Disponible en <http://www.reporterosdelsur.com.mx/diario2/2015/03/agustin-silva-nuevo-titular-de-la-sct-sale-jose-antonio-de-la-vega/> Consultado el 24 de julio de 2015.

¹⁵⁴ El diputado federal Gerardo Gaudiano Roviroso fue electo este sábado candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD) a la alcaldía de Villahermosa, Tabasco, para las elecciones intermedias del próximo 7 de junio. El legislador es nieto del ex gobernador priista Leandro Roviroso Wade, uno de los más queridos de Tabasco, y milita en el sol azteca desde 2000, cuando fue coordinador juvenil de la campaña por la gubernatura de Raúl Ojeda Zubieta. Según encuestas difundidas recientemente, Gaudiano, de 34 años, posee el 22 por ciento de la intención del voto, mientras el abanderado del PRI, Evaristo Hernández Cruz, tiene el 28 por

hoy alcalde electo de Centro, que salía todos los días, no tenía nada que informar pero salía todos los días con cualquier tema como lo explique anteriormente. Ambos militantes del partido que postuló al hoy gobernador del estado.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

El dinero destinado a la publicidad si se transparentó, pero, en el gobiernos estatales corruptos se desvió más dinero oficial para apoyar la promoción personalizada disfrazada de noticias.

3. ¿Cómo integrante del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó en ese órgano local?

Se aplicado las reglas y de la aplicación hemos obtenido experiencia, ahí está la parte valiosa, sin embargo, a la par a se han flexibilizado cosas, por ejemplo la relección que está por operar en cargos de elección popular.

Para el proceso electoral próximo a celebrarse en el año 2018, donde se renovará desde los presidentes municipales hasta el presidente de la República, operara la reelección de senadores, diputados federales¹⁵⁵, diputados locales¹⁵⁶ y presidentes municipales¹⁵⁷.

ciento. Texto de la nota informativa publicada en el portal de noticias Crónica. Disponible en <http://www.cronica.com.mx/notas/2015/889965.html> Consultado el 25 de julio de 2015.

¹⁵⁵ Artículo 59 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Los Senadores podrán ser electos hasta por dos períodos consecutivos y los Diputados al Congreso de la Unión hasta por cuatro periodos consecutivos. La postulación sólo podrá ser realizada por el mismo partido o por cualquiera de los partidos integrantes de la coalición que lo hubiese postulado, salvo que hayan renunciado o perdido su militancia antes de la mitad de su mandato.

La posibilidad de que sea servidor público diputado o senador no deje su cargo y pueda participar en el proceso electoral y si pierdes puedes regresar a tu cargo, estas cosas impactarán también en la regulación de los medios de comunicación, porque cada vez que le apuestan más a la promoción personalizada anticipada disfrazada en noticias o en informes de actividades como ocurrió con el candidato al municipio de Centro, Tabasco, recientemente¹⁵⁸. Si en el pasado proceso electoral del 2015, nos quejamos de la intervención del Estado; ahora se vislumbra una intervención desde las Cámaras de Diputados, de Senadores y desde los propios Ayuntamientos.

¹⁵⁶ Artículo 116 fracción II; párrafo segundo. Las Constituciones de los estados deberán establecer la elección consecutiva de los diputados a las legislaturas de los Estados, hasta por cuatro períodos consecutivos. La postulación sólo podrá ser realizada por el mismo partido o por cualquiera de los partidos integrantes de la coalición que lo hubiese postulado, salvo que hayan renunciado o perdido su militancia antes de la mitad de su mandato.

¹⁵⁷ Artículo 115 fracción I; párrafo segundo del Título Quinto de los Estados de la Federación y del Distrito Federal de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Las Constituciones de los estados deberán establecer la elección consecutiva para el mismo cargo de presidentes municipales, regidores, síndicos, por un periodo adicional, siempre y cuando el periodo del mandato de las ayuntamientos no sea superior a tres años. La postulación sólo podrá ser realizada por el mismo partido o por cualquiera de los partidos integrantes de la coalición que lo hubiese postulado, salvo que hayan renunciado o perdido su militancia antes de la mitad de su mandato.

¹⁵⁸ Los diputados federales Gerardo Gaudiano Roviroso y Claudia Elizabeth Bojórquez Javier. El diputado local, Francisco Javier Cabrera Sandoval fueron demandados por sus informes legislativos y promoción personalizada a través de medios de comunicación en los Procedimientos Especiales Sancionadores: SE/PES/PRI-GGR/032/2015, SCE/PE/MAAG/004/2015 y SCE/PRI/003/2014; Los políticos son militantes del Partido. Gerardo Gaudiano Roviroso y Francisco Javier Cabrera Sandoval fueron electos presidentes municipales de Centro y Jalpa de Méndez en Tabasco. Claudia Fernández Bojórquez por la vía de la representación proporcional será regidora del municipio de Tenosique.

Partido Revolucionario Institucional¹⁵⁹

Mario Alberto Alejo García¹⁶⁰

Proceso electoral ordinario 2009, 2011-2012 y 2014-2015

De acuerdo a su experiencia de vida relacionada con los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante su ejercicio como abogado de su partido y representante de él ante el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Explique las aportaciones que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

¹⁵⁹ El Partido Revolucionario Institucional tiene antecedentes en los años de 1928 y a principio de 1929, cuando en el encausaba las facciones revolucionarias, entre las que se encontraban: los Carrancistas, Villistas, Obregonistas, Zapatistas y otras más y se entraban a la etapa de las instituciones políticas, surgió el primero de marzo de 1929 gracias a la visión estadista, del general Plutarco Elías Calles, el Partido Nacional Revolucionario (el P.N.R.), que supo amalgamar en su seno a las distintas corrientes de pensamiento, fogueadas al calor de la revolución de 1910. Nueve años más tarde en el año de 1938 después de la evolución de la primera etapa de este instituto político, comprendida esta, de 1929 a 1938, se renueva el 2 de abril de 1938, con el nombre de "Partido de la Revolución Mexicana", (el P.R.M., cuyo presidente, el Lic. Luis I. Rodríguez. Siete años mas tarde, en el año de 1946 se inicia la tercera etapa con el actual nombre Partido Revolucionario Institucional, (el P.R.I.) y sin la presencia del cuarto sector Militar. Gobernó a México desde su creación hasta el año 2000 cuando se da la Alternancia Pacífica del Poder, siendo su último presidente de México proveniente de ese partido, Enrique Zedillo Ponce de León. Regresa a la presidencia de la república 12 años más tarde con Enrique Peña Nieto. Con información tomada del portal institucional de este partido. Disponible en <http://www.pri.org.mx/generalleandrovalle/historia.aspx> Consultada el 23 de julio de 2015. En Tabasco, el PRI gobernó hasta el año 2012, cuando su principal opositor, el PRD, con Arturo Núñez Jiménez se impuso en la votación sobre su contrincante, Jesús Alí De la Torre. Desde esa fecha es la segunda fuerza electoral en esa entidad federativa.

¹⁶⁰ Mario Alberto Alejo García. Abogado egresado de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Es militante activo del Partido Revolucionario Institucional desde el año 2007; fecha desde la que se ha desempeñado como abogado defensor del voto de este instituto político, ha fungido como representante legal del mismo; Coordinador Jurídico, Subsecretario de Acción Electoral y actualmente, es Consejero Representante del PRI ante los Consejos Estatales del INE y del IEPC. Asesor del Coordinador de la Fracción Parlamentaria en la LXI Legislatura del Congreso del estado de Tabasco, hasta el 31 de diciembre de 2015. El jurista fue el primero en estudiar, analizar y litigar los Procedimientos Administrativos Sancionadores promovidos por su partido a partir del modelo de comunicación política en la regulación de los medios de comunicación en la Reforma Electoral 2007.

La regulación de los medios de comunicación implementados en el modelo de comunicación de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

I. Estado de Derecho. Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco redujo las controversias que se suscitaban antes de la Reforma Electoral 2007 en cuanto a la posible comisión de actos anticipados de campaña?

Hubo la intención del legislador tabasqueño de reformar la parte de contratación de tiempos en radio y televisión tratando de homologar la legislación local con la federal, pero sin embargo, tanto la norma federal como la local, al ser un primer modelo de restricción para la contratación de radio y televisión no fue suficiente, toda vez que durante esa temporalidad había aspirantes a cargos de elección popular que contrataban a través de terceras personas tiempos en los medios de comunicación, con lo cual, de ninguna forma se pudo restringir la adquisición de tiempos en radio y televisión, puesto que para ello, el mismo órgano electoral tanto federal como local no tenían las unidades u órganos delegacionales relativos a la verificación de la contratación o adquisición de los tiempos de radio y televisión.

Adicionalmente, esta reforma dio la pauta para que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación fuera más allá de lo que estaba previsto en la legislación emitiendo jurisprudencia relativa al monitoreo de radio y televisión, y en su momento procesal, tuvo que obligar a los órganos electorales a investigar de fondo la conducta que refería tanto el actor en el Procedimiento Administrativo Sancionador, así como lo relativo a los criterios jurisdiccionales que establecían las primeras directrices para absolver o sancionar determinada conducta.

Por otro lado, a los medios de comunicación se trató de limitar la presencia equitativa para cada partido político, sin embargo, si se volcara la estadística

de esa anualidad se advertirá que el PAN tuvo mayor difusión en tiempos de radio y televisión, y por otro lado, cuando se iniciaron Procedimientos Especiales Sancionadores, el propio órgano electoral desechaba de manera artificiosa para ganar más tiempo en el estudio de los casos, las quejas interpuestas por materia de radio y televisión, posteriormente, por orden del tribunal se entraba al estudio de fondo y en caso de acreditarse la falta, las sanciones no eran ejemplares, la razón por la cual los partidos políticos actuaban o infringían la ley bajo la postura del costo-beneficio.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015?

No fue suficiente, como se dijo en un primer momento, la reforma del 2007 fue un ensayo o una intención de buena fe del legislador, lo que provocó la reforma del 2009 en Tabasco, pero esa también fue imperfecta ya que se impugnó a través de las Acciones de Inconstitucionalidad¹⁶¹ en las que obviamente se le compuso la plana al legislador tabasqueño y de alguna forma fue el parteaguas para la conformación de nuevos distritos. Y una vez

¹⁶¹ ¿Qué es una acción de inconstitucionalidad? Es un medio de control de la constitucionalidad que se tramita en forma exclusiva ante la SCJN, por medio del cual se denuncia la posible contradicción entre la Constitución y alguna norma o disposición de carácter general de menor jerarquía: ley, tratado internacional, reglamento o decreto, con el objeto de preservar o mantener la supremacía de la Carta Magna y dejar sin efecto las normas declaradas inconstitucionales. La promoción de las acciones de inconstitucionalidad. Pueden promoverlas los legisladores, Senadores y Diputados Federales o Locales o, que conformen una minoría parlamentaria que represente al menos el 33% del total de quienes integran el órgano que haya expedido la norma que impugna. También pueden promover acciones de inconstitucionalidad: el Procurador General de la República, los partidos políticos con registro ante el Instituto Federal Electoral o los partidos con registro local, cuando se trate de leyes electorales, así como la Comisión Nacional de los Derechos Humanos y los organismos de protección de tales derechos de los Estados y del Distrito Federal. Efectos de la declaración de inconstitucionalidad de una norma o ley. Si la SCJN declara que una norma es contraria a la Ley Suprema, no podrá volver a tener vigencia ni aplicársele a persona alguna. Esto significa que las sentencias dictadas en las acciones de inconstitucionalidad tienen efectos generales, siempre que la resolución se apruebe por el voto de ocho o más de sus Ministros. Definición de la Suprema Corte de Justicia de la Nación en México. Disponible en su portal de internet https://www.scjn.gob.mx/conocelacorte/Paginas/Que_hace_SCJN.aspx#cinco Consultado el 23 de julio de 2015.

establecidos estos para el 2009 hubo quienes infringieron la ley como Miguel Jiménez Landero candidato a presidente municipal del PAN en Emiliano Zapata (Tabasco) que de manera simulada pretendía ser entrevistado en razón de una supuesta invitación por la única concesionaria de radio en ese municipio ¹⁶² en la que de manera abierta vulnera el principio de equidad y presencia en los medios de comunicación y que posteriormente fue sancionada por el TEPJF en el SUPP-RAP-48/21010, y que evidentemente, la Sala entró al estudio de fondo y advirtió a dicho principio, sobre todo la ventaja que tenía y el impacto para la ciudadanía de dicho municipio. También fue la primera vez, al menos en el estado de Tabasco, que se empezaron a usar los testigos de grabación tanto a nivel federal como local en la interposición de Procedimientos Especiales Sancionadores, y atento a ello, en esa reforma del 2009 se trató de dar más atribuciones a los órganos electorales en cuanto a su actividad de investigación; misma que no fue suficiente porque había lagunas en torno a que no se reportaba o no había la obligación de reportar la contratación de tiempos en radio y televisión.

Otro error en que incurría el órgano electoral, era que quien era denunciado por el simple hecho de negar la conducta era suficiente para absolverlo de cualquier culpa y hasta ese momento se considera que los órganos electorales actuaban bajo el principio de in dubio pro reo ¹⁶³, sobre todo imponía la carga de la prueba al actor (al que acusa), aunque este especificara las circunstancias de tiempo, modo y lugar de los hechos puesto a consideración, empero, la función del órgano electoral era pasiva sobre todo de manera somera o

¹⁶² XHEMZ Oye 99.5 FM La cobertura demográfica más importante del Usumacinta: 1´165.549 Hogares, 7´765.021 Habitantes. El mercado de consumidores más fuerte y grande del sureste, solo con XHEMZ-FM (Después de Tabasco. y el Estado de Chiapas, Campeche es el estado de más potencial radio escucha) Mas música, grupera, baladas, pop, y variada en español e inglés.

el noticiero nuestra región hoy por la mañana, y hoy por la tarde, noticiero con Juan Urcola, con tres ediciones: mañana tarde y noche, con más fuerza que nunca. <http://radiozapata.wix.com/oye999fm#!cobertura/cb30> Consultado el 23 de julio de 2015.

¹⁶³ In dubio pro reo. En la duda, hay que estar en favor del acusado. Derecho Procesal. En un principio, en virtud del cual, el tribunal si tiene duda no puede condenar al acusado por un hecho criminal. Pertenece al momento de la valoración probatoria y a la duda racional sobre los elementos objetivos y subjetivos que integran el tipo. Como tiene dicho la jurisprudencia, este principio sólo entra en juego cuando, efectivamente practicada la prueba, ésta no ha desvirtuado la presunción de inocencia o, dicho de otra manera la aplicación del referido principio se excluye cuando el órgano judicial no ha tenido duda alguna sobre el carácter incriminatorio de las pruebas practicadas. Tiene íntima relación con el derecho a la presunción de inocencia, pero existe entre ellos una diferencia sustancial entre ambos, pues este último derecho desvirtúa su eficacia cuando existe una absoluta falta de pruebas o cuando las practicadas no se han efectuado con las debidas garantías. <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/in-dubio-pro-reo/in-dubio-pro-reo.htm> Consultado el 23 de julio de 2015.

superficial, cosa que fue cambiando con las resoluciones del propio tribunal, tal como podría ser en la resolución de Humberto De los Santos Bertruy, en donde se especificó claramente que quedaba prohibida la difusión de la imagen de determinado aspirante o candidato bajo el amparo de un supuesto anuncio comercial de empresa privada, y toda vez que, ahí se maximizó con los criterios del tribunal en qué casos se está en la simulación de propaganda y sobre todo cuales son los elementos cualitativos y cuantitativos para la configuración del ilícito relativo a la presencia indebida de determinadas personas en medios de comunicación, sobre todo porque la legislación refería a radio y televisión, empero, la Sala (Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación) refirió que también entraba en la modalidad de medios de comunicación la inserciones en diarios, la contratación de pasquines o imágenes en revistas, desde ahí se marcó la pauta para requerir a empresas privadas sobre todo de revistas informes sobre sus publicaciones, y un ejemplo particular en el estado de Tabasco, fue la campaña federal del PAN cuando empleó propaganda denostativa acusando al PRI de narco, corruptos, entre otros; a través de una sopa de letras que primero fue difundida en tiempos de radio y televisión del propio PAN, y posteriormente, contratada en revistas como TV novelas, que son de espectáculos, pero que cierto grupo de la sociedad lee, en ese sentido, la Sala (Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación) ponderó que era ilegal que este tipo de cuestiones fueran difundidas en televisión, y posteriormente, el hecho de que se difundiera en revistas era otra conducta que agravaba a la expuesta en televisión, pues era otro escenario de impacto que perjudicaba a otra fuerza política. En el 2009 pudiéramos llamar a ese proceso como “el boom de la propaganda denostativa” por parte de los partidos políticos, pero también el último año de impacto, en razón que para el 2012, al constreñirse a las mismas reglas del 2009, lo que cuidaron los candidatos era que su imagen no apareciera en medios de comunicación, pero aprovecharon las redes sociales llámese You tube, facebook, incluso la misma contratación de páginas personales para la difusión de su imagen porque era una directriz señalada por la Suprema Corte de Justicia de la Nación de que las redes no estaban prohibidas o legisladas en la norma comicial federal o local.

En el 2012 faltó por parte del legislador, fue considerar lo relativo a la fiscalización de recursos y al monitoreo de los medios. Lo que se intentó en el 2015, mismo que todavía está siendo sujeto a prueba en razón de que el día viernes 24 de julio de 2015 vence el plazo para que los partidos políticos impugnen la revisión hecha por el órgano electoral a los gastos de campaña y ya será el Tribunal (Electoral del Poder Judicial de la Federación) a través de su Sala Superior la que califique lo bueno o lo malo de dichos gastos.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco a partir de la Reforma Electoral 2007 disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

Lo único novedoso en el 2007, fue el aumento la carga de trabajo en cuanto a la interposición de Procedimientos Especiales Sancionadores, pero esto técnicamente, era para los partidos que tenían recursos para efectos de intentar mermar la conducta de otros partidos políticos pero no fue suficiente, toda vez que hubo nuevas reglas en ese año, pero la misma astucia de los partidos políticos, dígase dirigentes, abogados, operadores, buscaron otras acciones de burlar la ley a lo que magistrados como Manuel González Oropeza y María del Carmen Alanís Figueroa denominaron fraude a la ley electoral porque ellos mismos reconocían que al haber lagunas en la ley 2007, aún con elementos de convicción no podían sancionar los hechos puestos a su consideración.

La reforma 2007 intentó establecer en la ley de medios de impugnación federal u local, nuevos medios de impugnación, sin embargo, como era un primer intento al menos los Juicios de Protección de Derechos Político Electorales del Ciudadanos (JDC) o el Recurso de Apelación (RAP) eran de aplicación estricta y el tribunal tanto local como federal veían solo lo expreso en la ley.

En el caso de los JDC solo se permitía valer derechos políticos electorales en cuestiones específicas de partidos políticos pero no vinculaba más autoridades y el caso de los RAP, el tribunal solo entraba al estudio específicamente a los supuestos de procedencia de ese medio de impugnación, que en caso de no actualizarla, los desechaba de plano, se hace énfasis en el Juicio de Revisión Constitucional donde en ese entonces los

candidatos a elección popular no podían interponer esos recursos por no tener legitimación a pesar de tener todo el derecho para hacerlo, pero no estaba previsto en la norma, pues evidentemente el tribunal no podía hacer el estudio de fondo de los argumentos, barrera legal que se superó en el año 2013, en razón de la mejor interpretación de los derechos que se venía dando desde el 2012.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

No.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

El derecho de réplica, creo que se debe establecer un capítulo (en la ley electoral) sobre que es obligación irrestricta de los medios de comunicación abrir el espacio para hacer uso de ese derecho y de no estar a la expectativa de que el permisionario, concesionario o dueño de la casa editorial te permita hasta que él disponga hacer uso de ese espacio, atento a ello, el derecho de réplica no debería ser publicado de manera marginal tal y como lo hacen actualmente algunos medios de comunicación, sino que debe dársele la misma ponderación a la otra que causo determinado daño en la persona jurídico-colectivo afectada y también un capítulo sobre que en el año previo a la elección y durante la elección, de manera trimestral, se informe al órgano electoral respecto a la contratación de espacios por parte de quienes pretenden ocupar un cargo de elección popular y esta regla debe activarse al menos cuando determinada persona solicite su espacio o haga uso de entrevistas en dichos medios de comunicación más de 4 veces a efecto de preservar los principios de presencia y equidad.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

De alguna forma el medio de comunicación, en primer término, si podría autorregularse, pero al ser del sector privado, ellos tienen un esquema o un estándar de ganancia a efecto de estar vigentes y presentes en la ciudadanía lo que conlleva de alguna forma a que tienen que buscar un ingreso para solventar los costos que tienen, de esta manera no podrían autorregularse, ya que el caso más palpable lo tenemos con el Partido Verde Ecologista de México en donde a través de sus senadores adquirieron, contrataron tiempos de radio y televisión en razón de la temporalidad del informe de actividades, y de esta forma, impactaron en la ciudadanía y no reportó ningún gasto, y por el contrario, fue el Congreso de la Unión quien solventó dicha inversión en medios en donde a la empresa radiodifusora no le importó que en razón de esos informes de actividad legislativa se beneficiara no solo el senador sino también al partido político, lo que fue analizado por la Sala Superior (del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación) y concluyó sancionar a los servidores públicos por la difusión de esos spots apartándose incluso de criterios inherentes a que el partido político no es responsable de la conducta que despliegan los servidores públicos que militan en su instituto político, sino por el contrario, interpretó la ley y definió que hubo adquisición en tiempos de radio y televisión, y por obviedad, se sancionó a la empresa como a los demás implicados, de ahí que considere que no es viable la autorregulación de los medios de comunicación porque de alguna forma siempre van a buscar una ganancia y un beneficio respecto a lo que difundan de los partidos políticos.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la corregulación de los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética en los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Eso tampoco funciona, por el amparo de la autodeterminación y auto-organización de los partidos políticos. Si existen códigos de ética pero dirigidos a guardar un compromiso pulcro y de buena fe con el instituto político y los militantes en beneficio del partido, no te obliga a estar coordinado o supeditado a la variante de una empresa, mucho menos a lo que no está previsto en la ley.

8. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015?

Sí. En el caso específico del uso de asociaciones civiles como Isabel de la Parra de Madrazo, Patán Pukú¹⁶⁴ y Por amor a Tabasco¹⁶⁵.

Fueron grupos que de alguna forma hicieron promoción personalizada de candidatos e institutos políticos y esto inhibió ante la voluntad de la ciudadanía porque tuvieron un impacto previo al inicio del proceso electoral, incluso, antes del año previo a la elección; asimismo, un caso del grado de injerencia de asociaciones civiles, fue Morena (Movimiento de Regeneración Nacional), en el estado de Tabasco porque estaba constituida ante notario público como asociación civil sin fines de lucro pero con el objeto social político en donde haciendo uso del derecho de asociación desde el 2012 buscaron impactar a la

¹⁶⁴ El expediente TET-AP-18/2012-III del Tribunal Electoral de Tabasco 16 de marzo de 2012 cuando se dio por agotada el caso, contiene la relatoría de los tiempos procesales agotados desde la autoridad administrativa electoral, el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana hasta la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación motivados por el Procedimiento Especial Sancionador SCE/OR/PRI/002/2011 promovido el 24 de agosto de 2011 por el Partido Revolucionario Institucional contra el entonces senador Arturo Núñez Jiménez (actual gobernador del estado de Tabasco compitió en el proceso electoral ordinario 2011-2012, celebrado el 1 de julio de 2012) por la posible comisión de actos violatorios a la ley electoral. De ese caso, se escindió la investigación de la posible recepción de recursos en efectivo o en especie por personas no autorizadas por la norma previsto en el artículo 312 fracción II y por la vía del Procedimiento Ordinario Sancionador se indagó posibles aportaciones de la Asociación Civil Patán Pukú (Vocablo que significa Responsabilidad Compartida) presidida por su esposa Martha Lilia López de Núñez, toda vez que en el informe legislativo legislativo de fecha 21 de agosto de 2011 se distribuyó una revista en que la se promovieron actividades de la citada asociación y en la que se percibió la fisionomía del senador en varias fotografías. El caso confirmó lo resuelto inicialmente por el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco en el sentido de que no había elementos constitutivos para la comisión de una falta administrativa electoral. Disponible en: <http://www.tet.gob.mx/ArchivosTET/Sentencias/Sentencias-2012/Marzo/16-03-2012/TET-AP-18-2012-III.pdf> Consultado el 23 de julio de 2015.

¹⁶⁵ Los expedientes SUP-JRC-174/2012, TET-AP-82/2012-II de los Tribunales Electoral del Poder Judicial de la Federación y de Tabasco, estudian el resolutive del Procedimiento Especial Sancionador emitido por Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco SCE/PE/PRI/040/2012 interpuesto por el Partido Revolucionario Institucional contra el entonces candidato de la coalición Movimiento progresista por Tabasco” integrada por los Partidos de la Revolución Democrática, del Trabajo y Movimiento Ciudadano, Arturo Núñez Jiménez presentada el 28 de junio de 2012, por la posible comisión de actos de anticipados de campaña, consiste en la a utilización de la frase “Por Amor a Tabasco” en la campaña electoral; leyenda que se empleó en diversas lonas colocadas en edificios particulares previo al inicio de campañas estimando que se violentaba el principio de los casos. En todas las instancias se declaró, luego de sentencias proponiendo su estudio, primero ser desechada y luego infundada; al no poderse comprobar lo reclamado por el quejoso. Documento completo en <http://www.tet.gob.mx/ArchivosTET/Sentencias/Sentencias-2012/Septiembre/18-09-2012/TET-AP-82-2012-II.pdf> Consultado el 24 de julio de 2014

ciudadanía simpatizando con ellos, en su carácter de asociación civil, hecho que fue denunciado ante los órganos electorales pero al no estar las asociaciones civiles dentro del catálogo de sujetos de responsabilidad no hubo manera de sancionar Morena a pesar de que la propia autoridad advertía los fines proselitista con los que se conducía, cosa que se concretó en agosto de 2014 cuando la asociación civil se constituyó como partido político nacional, atento a ello la incidencia que tuvo con el triunfo obtenido en el distrito VIII local en la elección de diputados y el municipio de Comalcalco en la elección de presidentes municipales en el proceso electoral 2015, atento que, en el DF es un bastión de dicho partido político y más latente que no pudo coaligarse, y aun así, tener un buen resultado por ser partido político de nueva creación, caso contrario, Encuentro Social y Humanista partidos que obtuvieron el registro al mismo tiempo que Morena, quienes por cuestiones de tiempo no pudieron hacer un trabajo previo como lo hizo Morena desde el año 2012.

II. Competencia. El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015?

En el 2007 no. Mejoró para el 2009 se hizo el reglamento y se estableció lo que se podía o no hacer, sin embargo, se buscó hacer fraude a la ley.

Para el 2012, a través de la prueba y el error, de las directrices del máximo órgano jurisdiccional se establecieron de manera tajante prohibiciones a los partidos políticos como sus militantes para la contratación de medios de comunicación en el principio de presencia y equidad que se hizo valer hasta el

2014¹⁶⁶ y se restringió la presencia o la manera en que aparecían los partidos políticos en los medios de comunicación mediante acuerdos emitidos por el órgano electoral local como federal, se buscó la manera de ir cubriendo lagunas en la ley general e instituciones, que es la que norma de manera general en todos los estados, las prohibiciones sobre las conductas ilícitas en las que se puedan incurrir. Por ello al ser una norma general, el mismo tribunal sentó las bases y con sanciones ejemplares a efectos de asegurar que ese tipo de conductas fueran sancionadas correctamente.

A nivel local, en el 2014, tenemos el caso de que los servidores públicos, los diputados locales hicieron uso de los medios de comunicación pero uso de pendones para difundir su informe de actividades, pero el error de la norma es que a pesar de que se acreditó la conducta denunciada, no es menos cierto que, los servidores públicos no pueden ser sancionados por el órgano electoral sino por su superior jerárquico, condiciones a establecerse en la próxima reforma electoral, dotando a los órganos para sancionar al que infrinja la norma electoral. Caso (Francisco Javier) Cabrera Sandoval a nivel local y (Gerardo) Gaudiano (Rovirosa)¹⁶⁷ y Claudia (Elizabeth) Bojórquez (Javier).

2. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015?

¹⁶⁶ En México, se llevó a cabo la Reforma Electoral 2014, donde prevaleció el modelo de comunicación política en la regulación de medios de comunicación de la Reforma Electoral 2007. El único cambio fue la elevación a rango de constitucional como causa de nulidad de la elección la comprobación de contratación y/o adquisición de tiempos en radio y televisión. A modo de fe de errata, se incluyó la palabra adquisición para expandir las modalidades de negociación o intercambio comercial o de otra naturaleza entre los medios de comunicación y políticos.

¹⁶⁷ Los Procedimientos Especiales Sancionadores promovidos contra los Diputados Federales Gerardo Gaudiano Rovirosa y Claudia Elizabeth Bojórquez Javier, los resolvió el Consejo Estatal del Instituto y de Participación Ciudadana de Tabasco, bajo los mismos criterios del caso Francisco Javier Cabrera Sandoval, caso de estudio de este trabajo, remitidos en sentencia por el Tribunal Electoral de Tabasco.

La idea del 2007 era transparentar esto se logró parcialmente, sin embargo, se buscó la otra forma de adquirir tiempos a través de terceras personas, ya en el 2009 en adelante, la norma fue clara en cuanto a limitar los tiempos y sobre todo al establecer que los partidos políticos asumirían el costo de producción de los spots y de ahí que solo se tengan antecedentes de que el Partido Verde Ecologista de México¹⁶⁸ se excedió en cuanto a este rubro, condición que fue ya comprobada y sancionada¹⁶⁹.

¹⁶⁸ El TEPJF confirma multa al PVEM por mensajes en revistas, redes y celular. Los magistrados determinan que la propaganda que difundió el Partido Verde en campaña vulneró el modelo de comunicación política. El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) confirmó la multa que impuso la Sala Regional Especializada al Partido Verde Ecologista de México (PVEM) por anunciarse en 11 revistas de circulación nacional, redes sociales y mensajes de texto enviados a celulares.

La Sala Superior tomó la determinación relativa a la propaganda "Verde sí cumple", "Propuesta cumplida", "Cumple lo que promete", "Cadena perpetua", "Circo sin animales", "El que contamina paga" y "Cuotas escolares", por considerar que vulneró el modelo de comunicación política.

El Pleno avaló la decisión de la Sala Regional que consideró como "grave ordinaria" la conducta del Partido Verde.

Al tomar en cuenta las condiciones socioeconómicas del PVEM que ha recibido múltiples multas por su actuación en el pasado proceso electoral federal en el que se renovó la Cámara de Diputados, los ministros consideraron que, aunque el partido destina su financiamiento público a pagar dichas sanciones, ello no impide que, en su oportunidad, se efectuó este nuevo cobro después de que se cubran los impuestos con anterioridad.

Sanciones a televisoras

La Sala Superior confirmó la sanción que impuso la Sala Regional Especializada al PVEM y a Televimex, S.A de C.V., con una multa de 39,277 pesos, así como a Televisa, S.A de C.V., con 89,493 pesos, por considerar que se actualizan las infracciones consistentes en la vulneración al modelo de comunicación política.

Los ministros también ordenaron a la Sala Regional Especializada que reindividualice una multa al Verde derivada de la promoción personalizada a favor de Gabriela Medrano Galindo, diputada federal del PVEM. En ese sentido, revocó la sanción de 1 millón 189,437 pesos, debido a que el monto es menor de lo que se debió establecer. Tomado del portal de noticias CCNMéxico publicado el 8 de julio de 2015 <http://mexico.cnn.com/nacional/2015/06/25/el-tepjf-confirma-multa-al-pvem-por-mensajes-en-revistas-redes-y-celular> Consultado el 23 de julio de 2015.

¹⁶⁹ INE rechaza quitar registro al PVEM. CIUDAD DE MÉXICO, México, ago. 12, 2015.- El Consejo General del INE desechó la solicitud que presentaron por escrito algunos ciudadanos para quitar el registro al Partido Verde Ecologista de México, como partido político nacional.

Por mayoría de votos, 7 a favor y 4 en contra, los consejeros estimaron que la solicitud es improcedente porque el Partido Verde no incurrió en violaciones de gravedad extrema que deriven en su desaparición jurídica.

Durante la discusión en la sesión extraordinaria, los consejeros electorales argumentaron que el retiro del registro de un partido es una sanción excesiva que afecta los derechos de asociación de los militantes.

"Retirar un registro a un partido implica que lo centenas de miles de derechos fundamentales de asociación de ciudadanos que, por las razones que quieran, decidieron concurrir para sustentar ese registro son anulados. Por eso el retiro de un registro es una pena trascendente, porque no afecta sólo al partido, sino a los derechos políticos fundamentales de millones de ciudadanos", detalló el consejero presidente del INE, Lorenzo Córdova.

Concluyeron que las irregularidades en las que incurrió el Partido Verde durante el proceso electoral fueron sancionadas en su momento.

3. Como integrante del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado de este órgano?

No lo facilitó. Es una cuestión que data desde el 2007 donde de alguna forma los servidores públicos han estado protegidos en el rubro de presencia en medios de comunicación como en el desvío de recursos públicos para la contratación o adquisición de tiempos.

Más que nada en lo sustancial como parte del órgano electoral es difícil convencer al árbitro de la comisión de un ilícito y más aún tenemos elementos de que en el caso de ser comprobable no puede ser sancionado por el órgano casos como Gaudiano, Claudia Bojórquez y Cabrera Sandoval, Javier Duarte, Enrique Peña Nieto; diputados locales de Veracruz, Secretario de Finanzas, mismos que fueron sancionados con amonestación de parte de sus superiores (jerárquicos).

"Nunca existió una estrategia por parte del Partido Verde para violentar la ley, efectivamente existieron algunas acciones que han sido sancionadas por esta autoridad, que han sido muchas ratificadas por el Tribunal Electoral, mismas multas y sanciones que el Partido Verde está cumpliendo, así como muchas que el Tribunal ha corregido y nos ha dado la razón", afirmó Carlos Puentes, representante del Partido Verde.

En otro punto de la sesión, el Consejo General del INE resolvió que no procede destituir a los consejeros electorales del Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Sonora, como lo solicitaron algunos partidos durante las elecciones pasadas para gobernador en esa entidad. El INE concluyó que los consejeros locales no cometieron ninguna conducta irregular. Al término de la sesión, se convocó a otra sesión extraordinaria urgente para resolver 249 quejas de fiscalización para acatar la sentencia que el viernes pasado dictó el Tribunal Electoral, en la que ordenó al INE modificar las multas a los partidos políticos.

Las sanciones económicas a los partidos por irregularidades en la comprobación de gastos en las campañas se redujeron de 389 a 339 millones de pesos. Nota informativa publicada el 12 de agosto de 2015 en el portal de Noticieros Televisa. Disponible en: <http://noticieros.televisa.com/mexico/1508/ine-rechaza-quitar-registro-partido-verde/> Consultado el 13 de agosto de 2015.

En el caso de Javier Duarte con 36 mil pesos por parte del Congreso del Veracruz, pues en el estado de Tabasco la ley es imperfecta, las sanciones impuestas en el caso de Cabrera Sandoval está en la congeladora legislativa donde lamentablemente al ser el último año de ejercicio (hasta el 31 de diciembre de 2015), pues evidentemente, será desechada en la próxima legislatura, en el caso de Gerardo Gaudiano y Claudia Bojórquez, tendrán la misma suerte en el Congreso de la Unión.

Cuarta descripción: La conducta política-social

Los partidos políticos estiman que el modelo de comunicación política implementada en la regulación de medios de la Reforma Electoral de 2007, tuvo las mejores intenciones del legislador, sin embargo fue insuficiente; no solucionó la promoción personalizada de los políticos porque no hubo como limitar la compra de espacios publicitarios por terceras personas, considerado como violatorio al principio de equidad que debe prevalecer en la contienda electoral.

A la aplicación de la ley, a los partidos políticos les parece que le faltó procedimientos específicos porque no había como comprobar la conducta infractora, no había monitoreo, y de hecho, los quejosos tuvieron que idear como presentar pruebas y recurrieron a lo que hoy se conoce como los testigos de grabación y ante la falta de contundencia de las mismas por ser de carácter indiciaria, prevalecía el principio de ante la duda, favorezco al reo; de tal manera, que en el año 2009, los tribunales tuvieron que dictar criterios para poder ordenarle a la autoridad electoral entrar al estudio del caso; pero aun así, no hubo sanciones ejemplares y prevaleció la conducta infractora de parte de los políticos.

Los partidos políticos percibieron que en el 2009, se recurrió a la publicidad simulada, el referente fue el caso Bertruy, los políticos aprendieron a cuidarse de no aparecer en los medios de comunicación electrónicos, pero exploraron nuevos espacios como las redes sociales y en el 2012, se caracterizó por las campañas denostativas, negras o guerra sucia como es conocida comúnmente.

La preocupación compartida de los partidos políticos es que para el proceso electoral ordinario 2014-2015, esa exploración de mecanismos para tomar ventaja de un político a otro mediante la promoción personalizada, ahora, permeó la publicidad

La regulación de los medios de comunicación en México



gubernamental y el uso de recursos públicos, donde autoridades en funciones se promocionan o promocionan a los políticos de su interés a través de la difusión de sus actividades alegando estar en el ejercicio propio de las facultades previstas en la ley, sin que se pueda establecer el tipo de relación con el medio y/o el uso de recursos públicos.

Sí inhibió conductas, están de acuerdo los partidos políticos, pero, reconocen que siguen los políticos buscando formas simuladas para tomar ventaja en su promoción personal, aduciendo en la práctica, que el político que no se adelanta, no lo conocen y no lo votan.

Un punto, particular, es el hecho de que una de las figuras del modelo de comunicación es el debate, pero no al no existir la obligatoriedad de la participación de los candidatos no acuden, no les interesa, pero luego alegan inequidad en la contienda electoral.

Otro punto particular, fue que en las formas en que se llevó a cabo la presentación de la iniciativa de la reforma electoral 2007, y su aprobación, sin debate, afectó a la democracia deliberativa, percibida más como un arreglo interpartidista y la imposición de sus reglas para las elecciones. Pero, la reforma electoral 2007 y su regulación de medios, normó acciones que ya se habían hecho, pero no percibió las que se generarían. La ley fue más correctiva que preventiva.

Los partidos políticos consideran que la judicialización de los procesos electorales, no se redujó, se estandarizó al especificarse como emplear el Procedimiento Administrativo Sancionador. Las razones, una porque los procedimientos sancionadores por la regulación de medios, es tan solo de una de las tantas causales previstas en la ley, dos, porque por estrategias partidistas o de los políticos, se buscaron mecanismos para seguir manteniendo la presencia del político en los medios en lo que se define como fraude o burla a la ley.

En tanto que para un partido, ya no debe hacerse más regulaciones al modelo de comunicación política y sostiene que lo que se requiere es que se cumpla; la

contraparte propone, observar el derecho de réplica, que estima actualmente, no se garantiza.

Los partidos políticos opinan sobre la adopción de modelos de autorregulación y corregulación y su implementación a través de los códigos de ética, que ideales son, pero prácticos no. Las razones que expresan es que tanto los medios de comunicación como los partidos políticos los tienen, pero no se observan. Según su perspectiva, los medios de comunicación obedecen más a su naturaleza empresarial y se rigen por sus intereses económicos. En tanto que los partidos políticos, en su dicho, los acatan con relación a su actividad interna; pero en cuanto a la externa no pueden estar supeditados a lo no previsto en la ley, y en otros casos, prevalecen los intereses personales y de grupo sobre el interés público.

De la resolución de los casos judiciales y su incidencia en la participación ciudadana, los partidos políticos coinciden en que son ajenos. A decir de éstos, las elecciones se ganan con estructura y los recursos del partido; pero en otros casos persisten prácticas en la operatividad que también constituyen inequidad en la contienda como la intromisión desde el gobierno en turno y las formas de patrocinio para aventajar a sus candidatos conocidos como de línea o simplemente favorecer a sus partidos de proveniencia.

De la competencia, los partidos políticos coinciden que de la aplicación de la regulación de medios, y a través del ensayo y el error, se han venido garantizando el principio de equidad. Primero a nivel de acceso a la radio y televisión a través de espacios publicitarios se salvaguardó esa prerrogativa; pero a nivel cobertura informativa no hay instrumentos de medición que aporten elementos objetivos para determinar si es violatoria o no la presencia de políticos en los noticieros, máxime cuando se trata de servidores públicos y como tampoco existen sanciones específicas, le atribuyeron al proceso electoral ordinario 2014-2015, la contundencia para resolver estos casos en los que se involucra a funcionarios de los diversos Poderes y de los tres niveles de gobierno.

De igual forma, los partidos políticos comparten la idea que existen claras prohibiciones a las conductas con relación a la presencia en medios de comunicación que configure la promoción personalizada, sin embargo, los partidos y los políticos continúan en su afán de cometer fraude a la ley. Desde la publicidad de servicios profesionales en el 2009, la difusión de actividades de asociaciones civiles o

fundaciones en el 2011-2012, hasta la promoción de informes legislativos en el 2014-2015.

De la transparencia del uso del financiamiento, vuelven a coincidir que hubo una solución parcial, sí se diseñaron los mecanismos y las figuras para la rendición de cuentas, pero en ese intento de proseguir cometiendo fraude o burlar la ley; no hay cómo comprobar la procedencia de recursos públicos provenientes de la administración pública de cualquiera de los Poderes o los tres niveles de gobierno, ni como establecer el gasto que hacen los partidos y los políticos en la producción de su propaganda electoral, porque la simulan.

Sobre las funciones en el Consejo Estatal, los partidos políticos reconocen avances, pero persisten complicaciones. Una de ellas, como aconteció en el proceso electoral ordinario 2014-2015 es difícil comprobar la conducta infractora del partido o del político, y en los casos, que se llegan a comprobar, si son servidores públicos, la autoridad electoral carece de facultades para sancionarlos. Otra, es con el antecedente de los procedimientos administrativos por la difusión de informes legislativos como prevenir la comisión de delitos ante el modelo de reelección que entrará en vigor en la elección del año 2018.

6.3.3. Los medios de comunicación

6.3.3.1. Radio

Los periodistas contemplados para la realización de las entrevistas pertenecen a las estaciones de radio con cobertura en el estado consideradas en el catálogo nacional del INE para la elaboración de las pautas de transmisión, y en su momento, remitirles las órdenes de transmisión de los spots de los partidos políticos, los candidatos y los candidatos independientes en cumplimiento de la regulación de medios, pero que a la vez, fueron requeridas por las notas informativas y entrevistas transmitidas de los políticos de los casos judiciales de estudio.

Las entrevistas se efectuaron del 31 de agosto al 4 de septiembre de 2015 en los ambientes naturales de los periodistas que aceptaron colaborar.

XEVA¹⁷⁰

Pedro Cano Olán¹⁷¹

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del ejercicio del periodismo relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012, 2014-2015. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementada en el modelo de comunicación política de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

I. Estado de Derecho. Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en

¹⁷⁰ XEVA. Radio Hogar en el 970 AM. Es de la estaciones pioneras de la radio en Tabasco. Pertenece a la familia Pazos De la Torre. De los grupos empresariales locales. La XEVA estuvo relacionada directamente con el caso Priego Tapia.

¹⁷¹ Pedro Cano Olán es Doctorando en Educación por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, en donde también realizó sus estudios de licenciatura en Comunicación, Es Maestro en Administración por la Universidad del Valle de México. Fue el Jefe de Información de la XEVA por nueve años. En el proceso electoral ordinario 2011-2012 fue el primer conductor del debate entre los candidatos al Gobierno del estado de Tabasco, proveniente del modelo de comunicación política implementada en la regulación de medios. Participó en el proceso de selección de para la integración del Consejo Estatal del IEPC que entró en funciones en octubre de 2014. Actualmente es corresponsal de Antena Radio del Instituto Mexicano de la Radio.

Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?

Lo que pasa es que cuando viene la reforma (electoral 2007) dejan puertas abiertas por donde escaparse.

El reciente (proceso electoral ordinario 2014-2015) como el anterior (proceso electoral ordinario 2011-2012) a nivel de estudio, no se sabía qué hacer para evitar caer en una violación de las leyes, que se hacía en muchos casos, consultar entre pares, con otros jefes de información, con otros conductores, con la Cámara (de la Industria de la Radio y la Televisión) con sus jurídicos, son externos, ni tan siquiera son tabasqueños, y desconocen el contexto local de la relación entre medios de comunicación electrónicos y los partidos y sus candidatos

Por ejemplo, para el proceso de ahora (2014-2015), se trajeron a un especialista del Distrito Federal, que asesora a los miembros de la Cámara (de la industria de la Radio y Televisión en Tabasco), pero quienes asisten a la capacitación no son conductores, ni reporteros, no capacitaron a las personas adecuadas, porque terminaron rellenando los eventos con "n" cantidad de personas.

¿Qué hicimos en el caso específico de la (XE)VA en ese entonces, dependiendo del medio, son las asistencias, que quiero decir con esto, el candidato A tenía su estación (de radio) preferida, el B escogía la suya, el C no tiene (estación de radio) y al D nadie (de las estaciones de radio) lo quiere, entonces, cómo puede ser equitativo o imparcial un medio (de comunicación); como medio, yo invitaría a Claudia Jiménez, pero Claudia Jiménez contesta a la invitación diciendo no puedo, no estoy en Villahermosa, cómo salvar la situación (de equidad o imparcialidad), la ley no los obliga a ellos (los candidatos) a ir a las estaciones.

¿Qué hicimos en nuestro caso? Hicimos una invitación a partidos, en los que se calendarización sus espacios en los noticieros de la estación desde el primer día del inicio de campañas (electorales), el lunes a candidatos a gobernador, el martes candidatos (a presidentes municipales de) Centro; Centro por las razones que conoces, la elección de Centro es la más atractiva políticamente, la más

La regulación de los medios de comunicación en México



competitiva, y así sucesivamente, por orden alfabético a los demás (candidatos a presidentes municipales) del resto de los municipios.

La invitación, la llevé personalmente a cada partido y cuide a los partidos de oposición al entonces gobierno, por sus singulares opiniones, y sabes: como se la entregaste primero a él (al partido en el gobierno), el tomó la decisión primero y entonces salen los argumentos de que hay partidos de primera y de segunda o supuestas malas intenciones.

El mismo día a todos los partidos políticos. Una sola persona para ir a 7 lugares distintos¹⁷², en el calendario se establecía tal día está el espacio para que asistiera el candidato y con eso cumplíamos con invitar a todos y a ellos, les correspondía que confirmaran y se le asignaba un horario. El espacio de ellos, dos horas, acomodar a dos o tres candidatos, complicándose un poquito.

De esa forma, nosotros nos protegíamos y ya quedaba en responsabilidad de los partidos ir o no a hacer uso de los espacios ofertados, precisamente, para prevenir que fuéramos señalados por inequidad y venos involucrados (en procedimientos especiales sancionadores) entregábamos copia del documento al IEPC y al entonces IFE, hoy en día INE, para que ambos estuvieran enterados de qué y cómo estábamos haciendo la apertura de espacios, y en caso de queja, que los partidos no intentaran sorprenden ni ellos mismos, ni a los medios, ni a las autoridades, por eso se presentaban ante la autoridad electoral los acuses de recibo.

Un experiencia en ese sentido, fue cuando el día en que se encontraba agendada la participación del entonces candidato del PAN al gobierno del estado de Tabasco, Gerardo Priego Tapia, llegó anticipadamente a la hora de la entrevista, por lo que al encontrarse al alcance, fue muy fácil para los compañeros, externos, que rentaban un espacio a primera hora de la mañana,

¹⁷² A diferencia del proceso electoral ordinario 2011-2012 que se encontraban registrados 7 partidos políticos para contender por la gubernatura del Estado de Tabasco y que participaron coaligadamente, en el proceso electoral ordinario 2014-2015, la oferta política de partidos se elevó a 10, algunos también recurrieron a la forma de coalición o candidaturas comunes para participar.

que transmitían el programa “Mi rancho , el porvenir”, abren los micrófonos al candidato contraviniendo los procesos de protección de la estación. El tema se discutió y la decisión de la empresa fue que no se agendarán entrevistas, sino estaban autorizadas por el área de noticias, a mi cargo, en esa época.

¿Por qué? Porque todo cuenta en el monitoreo que realizaba la autoridad electoral, y al sumarse ese tiempo a favor de Priego Tapia, se estaba descuidando el acceso equitativo que se propuso.

Aclaro el caso Priego Tapia en lo que se vio involucrada la estación, por eso no se le sancionó, fue de otra índole, se trató de la renta del espacio por parte de ese entonces del ciudadano que diseñó un programa radiofónico.

El acceso a la radio y la televisión que fue el fin de la regulación de medios, funcionó, generó procedimientos para dar espacios de manera equitativa a partidos y sus candidatos, que era la exigencia para las estaciones de radio y televisión, pero no se alcanzó la igualdad, aunque se tengan las mejores intenciones, cómo acomodas a dos o tres candidatos al gobierno del estado en dos horas que dura el noticiero.

No es lo mismo, que el candidato se presente a las 7 de la mañana que a las cinco de la tarde, la edición matutina tiene mejor rating que la vespertina, eso es real.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Fue suficiente, pero están sobre regulados los medios electrónicos, y en contraste, muy libres los medios impresos.

En radio se obliga a dar espacios igualatorios, en prensa, hubo una tendencia a compensar en cuanto al número de notas informativas por partido y candidato, pero en los espacios de columnas habría que ver cuántas menciones se hacen y no hay consecuencias.

En portadas, también habría que ver que si bien se compensó en notas informativas, aunque hubiese sus equilibrios, habría que ver que el candidato X se lleva la foto principal, y eso, descompensa; pero en prensa no pasa nada.

En cuanto a la equidad en la cobertura informativa, los noticieros de radio no pueden equipararse con los periódicos. El periódico tiene mayor personal de cobertura, mientras que en radio, solo tienes tres para cubrir a candidatos a gobernadores, candidatos a alcaldías, candidatos a diputados con 3 reporteros, no puedo cubrir a 6 o 7 candidatos a la vez; y eso, también es inequidad.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

Disminuyó. La mayoría de los medios (de comunicación) dejó de cubrir, se cerraron, y más en el reciente (proceso electoral ordinario 2014-2015), la quejas de los candidatos es que no les abrían espacios, pero por temor de los medios a incurrir en faltas administrativas y ser sancionados por la autoridad electoral, optaron por cerrar sus espacios.

En el proceso (electoral ordinario 2011) 2012, si se generaba un evento en que el participaban todos los candidatos, lo cubríamos, pero si no había garantías de que estuvieran todos presentes, preferíamos abstenernos de hacer la cobertura informativa, para evitar que el candidato que no llegaba pudiera pretextar inequidad.

Con Coparmex¹⁷³ fue así, con otras cámaras (del sector empresarial) cubrir era un arriesgue, si no iba un candidato, que garantías existían de que se habían hecho las invitaciones y no hubo criterios sesgados o por la razón que fuese no

¹⁷³ Coparmex. La Confederación Patronal de la República Mexicana, un Sindicato Patronal, integrado por personas físicas o morales, así como instituciones que tenga el carácter de patrones en el Estado de Tabasco, con personalidad jurídica propia. Por ser un Sindicato Patronal, para ser socios solo necesitan tener carácter de patrones, en la actualidad Coparmex Tabasco agrupa socios de diferentes sectores productivos como Hoteles, Restaurantes, Constructoras, Empresas de Consultoría, Empresas de Tecnologías de la Información, Arrendadoras, Centros Educativos, comercializadoras, entre otras. Con información del portal de la organización. Disponible en: <http://www.coparmexalerta.com/coparmex.php> Consultado el 31 de agosto de 2015.

iba un candidato y luego alegaba que fue excluido, si es complejo como jefe de información tomar la decisión de qué cubrir y que no.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

No

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

Transparentar que es lo que sí, que es lo que no puedo decir como medio de comunicación., y posiblemente, explorar la obligatoriedad de los candidatos a asistir a los espacios que les ofertan en los medios de comunicación.

Como en el caso de las invitaciones de las que hablábamos hace un momento, desde la invitaciones, hacerlas para dar cumplimiento al acceso igualitario a los medios de comunicación, pero a la par de los procesos que lo garanticen, que se compruebe que si se invitó a los partidos y sus candidatos, esas invitaciones que giramos a los partidos, se pegaron en las puerta y se subieron a las páginas de internet, hubo quien dijo no se enteró, en su momento, pero eso ya no es responsabilidad del medio de comunicación, es responsabilidad de los partidos.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

No. Se tienen, pero son inaplicables. El tema del audio-escándalo, lo de (Lorenzo) Córdova Vianello¹⁷⁴, pero eso fue una intervención telefónica. Ilegal. En

¹⁷⁴ Cfr. El consejero presidente del Instituto Nacional Electoral (INE), Lorenzo Córdova Vianello, se burla de las comunidades indígenas del país durante una conversación telefónica con el secretario ejecutivo del instituto, Edmundo Jacobo Molina.

En un audio difundido en la red social Youtube, cuya veracidad reconoció el INE como una llamada entre Lorenzo Córdova y Edmundo Jacobo, el consejero presidente se mofa de la forma de hablar y de expresarse de los líderes indígenas del país con quien sostuvo una reunión en abril. La grabación de la llamada telefónica dura 1:47 minutos y el líder del INE se burla, en particular, del gobernador nacional de los pueblos y comunidades indígenas, Hipólito Arriaga Pote, y del jefe supremo de la tribu chichimeca en Guanajuato, Mauricio Mata Soria. "A ver guey, Edmundo (Jacobo), no mames, no voy a mentir, no voy a decir como hablaba ese cabrón, te lo voy a decir: yo jefe gran nación chichimeca, vengo Guanajuato, yo decir a ti o diputados para nosotros o yo no permitir tus elecciones".

mi caso, en los 9 años que me desempeñé como jefe de información, me ofrecieron sinnúmero de audios, sin aplicar código de ética de la estación, sino el profesional, me cuestioné para qué, a quién le interesa, con qué interés, para atacar, lesionar o perjudicar a quién, reflexioné al respecto y la directriz de trabajo que implementé fue no manejar ningún audio que no se obtuviera pro medio de nuestros reporteros.

Aquí, debe haber a mi juicio una auto-critica como sistema de medios de comunicación, hace 3 campañas electorales en la fue candidato del PRI al gobierno del estado de Tabasco, Andrés Granier Melo, grabaron a un subsecretario¹⁷⁵ haciendo una supuesta coacción del voto, cuántos medios lo difundieron en ese momento, los que estaban interesados en el tema contra Manuel Andrade.

Y luego viene otro audio, un audio del entonces gobernador (Andrés) Granier Melo¹⁷⁶, supuestamente en estado de embriaguez que lo difunden X número de

Con un tono irónico, Lorenzo Córdova describió la forma de hablar de Mauricio Mata Soria, jefe supremo de la tribu chichimeca en Guanajuato, quien junto a otros líderes de comunidades indígenas le exigió al INE la creación de una sexta circunscripción electoral para asegurar en la Cámara de Diputados la representación de los Pueblos Originarios.

Después del intercambio de carcajadas entre el secretario ejecutivo y el consejero presidente, Córdova Vianello continúa su mofa: “Se ve que este guey...yo no sé si sea cierto que hable así, cabrón, pero no mames vio mucho Llanero Solitario, con eso del toro...no mames...me caí que le faltó decir, yo gran jefe toro sentado, líder gran nación chichimeca, no mames cabrón, está de pánico”. Con información publicada el 19 de mayo de 2015 en el portal de noticias 24-horas. Disponible en: <http://www.24-horas.mx/lorenzo-cordova-se-burla-de-indigenas-filtran-conversacion-ine-acusa-espionaje-telefonico/> Consultado el 31 de agosto de 2015.

¹⁷⁵ Cfr. Video de la Asamblea celebrada con la Alianza de Transportistas de Tabasco A. C. el 19 de agosto de 2006. En la que se supone el Subsecretario de Transporte del Gobierno del Estado de Tabasco en la administración de Manuel Andrade Díaz, ejerció coacción el voto a favor del candidato del PRI, Andrés Granier Melo y en contra del candidato del PRD, Raúl Ojeda Zubieta. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=EE_ZntlhGng Consultado el 31 de agosto de 2015.

¹⁷⁶ Cfr. Video sobre la grabación de Andrés Granier Melo, ex gobernador de Tabasco, en la que se presume se habla de una vida costosa por la adquisición de ropa y calzado de marca en las tiendas de marca en la avenida Rodeo Drive. Habla de 440 pares de zapatos, 300 tajes y mil camisas y en donde los tiene ubicados en diversas direcciones particulares en el estado de Quintana Roo, Tabasco y en Miami, Florida en los Estados Unidos. Video disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=uTUPDGQNJR4> Transmitida en el noticiero Teleerreportaje; reproducido por el diario nacional La Jornada de fecha 14 de mayo de 2013. Consultado del 31 de agosto de 2015.

medios, no todos, solo los interesados en el tema contra el entonces gobernador. Otro (audio-escándalo) Jorge Avalos (dirigente estatal) del PAN supuestamente coaccionando el voto con programas sociales¹⁷⁷, y luego el caso (Roberto) Romero Del Valle¹⁷⁸.

A Granier ebrio, lo exhibieron cinco o seis medios de comunicación, a Roberto (Romero del Valle) solo uno, los que transmitieron lo de Granier, no transmitieron la de Roberto, y el que transmitió a Roberto no transmitió lo de Granier. ¿Qué criterios emplearon para qué decir, y qué no decir? ¿Basado en qué? Por sentido común, el interés de cada medio.

Personalidades de todos los partidos, han sido exhibidas a través de grabaciones en actos privados. No es ilegal porque no es intervención telefónica como pasó con Córdova Vianello, pero tampoco es ético. Esto es tema de ética pública y profesional, primero que otras.

Cada quien se autorregula, pero lo aplica a sus interés (del medio de comunicación) no al interés público. Eso va más allá de lo que el reportero o el jefe de información pueden hacer, eso tiene que ver con los empresarios de los medios.

¹⁷⁷ Cfr. Video de audios donde se involucra al dirigente estatal del PAN. Admite el dirigente del Partido Acción Nacional, Jorge Ávalos Ramón que la voz en la grabación que difundiera la asociación civil Alianza Social Campesina, donde presuntamente afirma que él es quien manda en las delegaciones federales, si es suya, aunque aseguró que la conversación que tuvo con algunos productores fue editada para perjudicar al partido. Publicado por el diario Presente, Diario del Sureste el 18 de abril de 2012. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=0krMU8lpP4s> Consultado el 31 de agosto de 2015.

¹⁷⁸ Cfr. Información en el portal de noticias de la revista Proceso publicado el 26 de septiembre de 2013 por Armando Guzmán. En el audio que provocó su renuncia a la dirigencia estatal del PRD, Roberto Romero del Valle trata de “miserable” al gobernador Arturo Núñez Jiménez y, además, anticipa que le echaría “encima” a la gente por programas sociales incumplidos. Asegura que se cansó de decirle al mandatario “que todo está mal”, y tacha de homosexual, “borracha” e “hijo de puta” al alcalde perredista del municipio de Huimanguillo, Francisco Sánchez Ramos, con quien rompió y generó este audio escándalo que pone en crisis al partido en el poder en Tabasco. Romero del Valle presentó ayer su renuncia a la presidencia del PRD porque, adelantó, en breve se daría a conocer un audio en el que hace comentarios “inapropiados y falaces” en contra del gobernador Arturo Núñez, funcionarios de su gabinete y el alcalde de Huimanguillo. En su edición de este jueves, el diario Tabasco Hoy publica fragmentos del mencionado audio y la versión completa en su portal de internet. Menciona que el gobernador tenía como “niño chiquito” y “mejor alcalde” a Sánchez Ramos, pero ya le pasaron una lista de situaciones, en la que él contribuyó para que el mandatario sepa la clase de “hijo de puta” que es el alcalde de Huimanguillo. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/353791/2013/09/26/exdirigente-del-prd-en-tabasco-tacha-de-miserable-a-gobernador> Consultado el 31 de agosto de 2015.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la correulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Es complicado, ya tienen, sí tienen, son parte de sus requisitos para ser partidos; pero así como hay medios que vetan partidos, hay partidos que vetan medios. Porque en otro proceso un candidato me dijo que su partido le indicó a que grupo de medios puedo ir y no a los demás.

Si en época regular es complicado que acudan a los medios de comunicación en tiempo de campañas electorales mucho más; además es una práctica muy común en Tabasco, primero el candidato va al medio que seleccionó o con el que se siente a gusto y luego da rueda de prensa para decir lo mismo que ya dijo entrevista en la estación en la que estuvo y eso ocurre, particularmente, con dos partidos en Tabasco. El partido define la tónica y los reporteros tiene que adaptarse o como aconteció dejaron de ir a esas ruedas.

8. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Debe. Pero ¿cómo? Debe porque la naturaleza de la regulación de medios es dar condiciones para la difusión de los partidos, sus candidatos y sus propuestas y garantizar el derecho de los ciudadanos de un voto informado, pero que tanto impacto tiene la discusión mediática, en el caso específico de los casos judiciales en el ciudadano-elector, es complicado, no cuento con los elementos objetivos, un estudio, una encuesta que me proporcione bases para hacer una afirmación de tal naturaleza y poder vincular la mediatización de los casos judiciales con el sentido del voto del ciudadano-elector.

I. Competencia. El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La

competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Al cien (por ciento) no. Escuchaba a un consejero del entonces IFE, el debatía sobre igualdad y equidad. Los candidatos pueden tener acceso a la radio y la televisión, vía pautado para la transmisión de spots publicitarios a los que están obligados a transmitirse en radio o por la propia cobertura informativa y con ello hay equidad, pero no pueden ser programados a la misma hora, hay equidad, pero no igualdad, es imposible que se ocupe en el mismo espacios publicitario o de entrevistas por varias personas al mismo tiempo.

Lo que ya comentábamos, tiene mejor rating el (noticiero) de las 7 (de la mañana) que el de las 5 de la tarde o que el candidato aparezca en la portada de un periódico.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. Siguen las acusaciones de inequidad, aunque no hay pruebas.

3. Como periodista que ha observado al Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o en todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó el órgano electoral local?

La regulación de los medios de comunicación en México



Regula pero no castiga. Ni siquiera regula porque no hay medios de prueba de esa relación de partidos y políticos y de candidatos a medios o de la resistencia de los medios que no quieren al candidato o del candidato que no quiere al medio o de las relaciones que se establezcan para favorecerse a un candidato, a un medio o ambos.

Pero igual queda esa tensión entre la autoridad electoral y el reportero juez, llega a ser evidente esa animadversión; pero además, la autoridad (electoral) está sujeta a otras presiones, y a veces sus resoluciones, son limitadas y les resta credibilidad. Aquí es todos contra el árbitro, y eso, en nada favorece a la democracia.

Radio CORAT¹⁷⁹

Marisol Mateos¹⁸⁰

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del ejercicio del periodismo relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012, 2014-2015. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementada en el modelo de comunicación política de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

- I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

1. **¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en**

¹⁷⁹ Radio CORAT. 94.9 FM y 102.9 Con cobertura estatal. Perteneció a Televisión Tabasqueña. Su portal de internet está ligado a la misma. Disponible en: <http://corat.mx/nuestras-estaciones/> Consultado el 31 de agosto de 2015. Televisión Tabasqueña que es funciona como permisionaria y concesionaria a la vez, como un órgano público desconcentrado del gobierno del estado de Tabasco. Disponible en: <http://corat.tabasco.gob.mx/content/televisi%C3%B3n-tabasque%C3%B1a> Consultado el 31 de agosto de 2015.

¹⁸⁰ Carmen Guadalupe Marisol Mateos Barroso. Es Licenciada en Comunicación por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Diplomada en Procesos Electorales. Ejerce el periodismo desde hace 14 años como reportera en radio y televisión, donde ha colaborado con XEVX, TV Azteca y desde hace 8 años en Televisión Tabasqueña. Mateos Barroso produce noticias para el noticiero televisivo TVT noticias, en sus tres ediciones: matutina, vespertina y nocturna; mismo que se retransmite íntegro en Radio Corat.

Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?

No. Creo que resolvió los hechos que se estaban presentando en ese momento, y otros escenarios que no habíamos vivido y no habíamos pasado, quedaron sin observarse, además generó otros más complejos como las limitaciones al ejercicio del periodismo. Quedaron y hay muchas incógnitas sin resolver, y en lo personal aún me pregunto: cómo poder actuar, qué preguntas hacer (al candidato), que no se perciban como tendenciosas, y eso luego, te haga sujeto de responsabilidades en los procedimientos administrativos por una supuesta mala práctica de tu función como reportero. Antes, había más apertura, no te cuestionaban, ahora, es de apreciación.

Con relación al tema de la contratación de la publicidad, la regulación de medios, controló los negocios que, tal vez sí, eran lucrativos para los dueños de los medios; pero, para el reportero, generó complicaciones, nos acotaron tanto nuestro campo de acción, al grado de orillarnos a cubrir la nota informativa (del candidato) en términos generales, que fuera muy genérica, sin ahondar tanto en los cuestionamientos de los partidos, fue controversial, sin lugar dudas, desde que entró en vigor la norma electoral hasta la fecha.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Quizá falta, aplicar el monitoreo¹⁸¹ (de notas informativas de candidatos a puesto de elección popular en precampañas y campañas electorales), me parece que hace falta, en definir delimitar más el monitoreo, hablábamos que

¹⁸¹ El monitoreo de espacios publicitarios, antes de la Reforma electoral 2007 y de espacios en noticieros de radio, televisión y prensa, luego de la Reforma electoral 2007, era una medición con instrumentos cuantitativos que estaba a cargo de la Comisión de Radio y Televisión del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, la modificación a la regulación de medios con la Reforma electoral en 2014, dejó esa responsabilidad en el Instituto Nacional Electoral y en Tabasco se desaparece la figura de la Comisión, sus funciones y atribuciones, con lo que se eliminó la realización de esa actividad a cargo operativamente del Departamento de Comunicación Social. El monitoreo de precampañas y campañas electorales fue un documento que fue recurrido como prueba técnica para presentarse en los Tribunales al momento de la judicialización de la elección, para establecer si había inequidad en la compra de espacios publicitarios antes del 2007, y después de esa fecha, para conocer si había inequidad en la presentación de notas informativas. El monitoreo de medios a cargo del INE para el proceso electoral ordinario 2014-2015, fue muestra, por lo que no abarca a la totalidad de los noticieros en Tabasco.

solo un órgano electoral se encarga de eso, y el monitoreo debe ser más específico a la hora de realizarse.

Para nosotros, el monitoreo constituye una herramienta para construir la imagen de nuestro medio, ahora, no tenemos este instrumento que valide el ejercicio periodístico de nuestro canal¹⁸².

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

Disminuyó, porque recuerdo que en la elección pasada (proceso electoral ordinario 2011-2012) se vio más cuando iba una denuncia o al canal, venían y pedían copias de los videos, las entrevistas completas, involucraban al medio más al respecto por parte de los jurídicos de cada partido, señalando a los medios de comunicación, pidiendo la presentación de los videos de las notas informativas y las entrevistas y llamaban a los compañeros para que comparecieran ante la autoridad electoral, en un proceso nada grato, porque siempre te preguntabas qué daño hice, con una sensación de ser juzgado sin saber qué fue lo que hice mal en mi trabajo, y afortunadamente, este año (2015) no se vio tanto eso.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

No.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

¹⁸² Televisión Tabasqueña y su antecedente Corat, por su naturaleza de ser el medio de comunicación dependiente del gobierno del estado de Tabasco fue desde el año 2000 cuando se le señaló y atribuyó condiciones de inequidad que derivaron en la Causa Abstracta de Nulidad, inició un fuerte proceso de construcción de un medio de comunicación que responde a su función pública de medio de comunicación del Estado con avances sustantivos, de tal manera, que en las últimas mediciones hechas por la autoridad electoral, a través del monitoreo de precampañas y campañas electorales, entre los años 2009 y 2012, reflejó observancia de la regulación de medios.

Que dejara de ser una apreciación lo de las entrevistas, que se clarifique que no hay publicidad, que no es factura o pauta de un medio de comunicación el hecho que en el ejercicio de tu función como reportero, transmitas información de los candidatos durante los procesos electorales, porque es parte de tu trabajo y no de un contrato comercial.

En esta ley, sanciona al reportero, todos los medios estábamos a la expectativa, al momento de recibir tu orden de trabajo y luego, ibas con el temor de si tu trabajo iba ser tomado para que se llamara a comparecer en algunos de los casos judiciales que entablaran los partidos, porque si se te acredita una falta administrativa, aunque tu trabajo se centre en el ejercicio del periodismo, las sanciones son onerosas, definitivamente, mi salario, no me alcanza para cubrir las amonestaciones económicas.

Estamos en estado de indefensión, qué optamos, por no meternos y eso no es bueno para la democracia, se limita, te autocensuras al preguntar de los temas a los candidatos o a los partidos.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Si se mejoraría. La realidad, aunque parezca un lugar común, como muy trillado el asunto, se han perdido los valores.

Los códigos de ética están muy al aire, incluso hay fomentarlos desde la carrera, tener algo bien definido, eso ayudaría bastante, eso que digan que no son necesario, es erróneo, no hay que minimizar esa parte, antes se aplicaban, no había problema en esa parte.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la correulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

También. Sí. Porque los políticos caen en muchas, en muchas, violaciones o actividades que no son las propias que no generan un buen periodismo, generar política barata, aplicárseles unos códigos, cada partido lo tiene, pero no lo aplican.

8. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí. Porque al final de cuentas, la ciudadanía recibe de los medios de comunicación lo que generan los políticos, debería ser una información tal cual y luego se ven agresiones y dimes y diretes, la gente tiene una percepción de lo que ve y oye y se hace una idea, la ciudadanía hace opinión de lo que dicen los medios, y si todos dicen los mismo, y repiten y repiten el dicho, y es lo que se publican y a las acciones de los partidos políticos no son consistentes, se pierde credibilidad. Como lo que pasó con Candelario del PRD¹⁸³, que lo asaltaron y mataron al perro, le atribuyeron nexos con actividades ilícitas, cuando el hecho debía investigarse aún por la autoridad judicial, por la Fiscalía del Estado, eso influye en la ciudadanía, porque lo pasa a creer.

¹⁸³ Cfr. Nota informativa publicada en el portal de la revista Proceso, publicada el 3 de marzo de 2015. El dirigente estatal del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Candelario Pérez Alvarado, denunció que anoche un comando de 12 sujetos ingresó a su casa estando ausente, ataron a los vigilantes y causaron destrozos. Además, mataron a su perro con una estaca y se llevaron el equipo de filmación de la residencia. En rueda de prensa, Pérez Alvarado dijo que su domicilio se ubica en la ranchería Buenavista, a 12 kilómetros de Villahermosa, de donde salió a cenar con su esposa y tres hijos y, como es costumbre, cada vez que lo hacen se quedan a dormir en hoteles y regresan a casa hasta el día siguiente. Sin embargo, esta vez en la madrugada recibió una llamada telefónica de uno de los vigilantes para informarle que 12 sujetos con armas largas ingresaron a la casa, los maniataron y preguntaron por él y, al no encontrarlo, hicieron destrozos de muebles, roperos y enseres domésticos de la sala y recámaras, e hicieron un tiradero de ropa por todo el inmueble. Según los vigilantes, abundó, el grupo armado, todos encapuchados, los interrogaron sobre sus movimientos y actividades, así como de otros familiares, principalmente de la hija del líder partidista. Luego, con una estaca mataron al perro de la familia en la sala de la casa. Posteriormente se llevaron el equipo de filmación de las cámaras de seguridad de la residencia. Candelario Pérez dijo que los encapuchados estuvieron en su casa alrededor de hora y media y que no podría precisar si se trató de un intento de secuestro, pero le preocupa que no hayan robado nada y preguntaran por los movimientos de su familia. También informó que presentó denuncia de hechos ante la Fiscalía General del Estado (FGE) y que valora solicitar elementos de seguridad al gobierno del estado. Además, que continuará con sus actividades políticas, como dirigente estatal del PRD y candidato a diputado federal plurinominal por la tercera circunscripción electoral. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/397449/2015/03/03/comando-causa-destrozos-en-casa-de-lider-del-prd-en-tabasco> Consultado el 31 de agosto de 2015.

II. Competencia. El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Si favorece, da condiciones de equidad, beneficia al medio, particularmente, la regulación aplicable a los espacios publicitarios, la autoridad te manda el pauta de transmisión de los spots de los partidos políticos, bien especificado en horarios y repeticiones, condición que es obligatoria, y le resta responsabilidad al medio electrónico, porque lo que manda la autoridad es lo que se transmite, y ahí, los medios salvaguardamos cualquier responsabilidad que se nos quiera imputar por el principio de equidad en la contienda electoral.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí transparentó, benefició a la ciudadanía; se los complicó a los partidos, si pudiera haber una publicidad clandestina o entablar algún tipo de relación con el medio a cambio de promesas como se hacía antes, porque si lo hubo nunca se supo, pero ahora los partidos están limitados porque el precio es alto, si le llegan a comprobar una “adquisición bajo cualquier modalidad” de publicidad o cobertura podrían hasta cancelarles el triunfo, si ganan, por eso, ya no hacen gastos de más gastos en medios, ahora se ven obligados a campañas electorales de mayor contacto con la ciudadanía.

- 3. Como periodista que ha observado al Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o en todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó el órgano electoral local?**

Le faltó contundencia, creo que se vieron un poco tibios, no peor inexperiencia, pero que se vieron presionados para que se tomaran decisiones contundentes, eso generó ambigüedad y la ambigüedad generó confusión, y esa confusión, generó incertidumbre.

Por presión dicen que sí, y cambian la decisión por presiones de X, si hubo dialogo, se analizó el tema, deben sostener su decisión, a menos de que haya consecuencias sobre la ciudadanía. No actuar bajo caprichos de los partidos, ahí se pierde el respeto, la seriedad de la institución, como personas que son el árbitro electoral.

6.3.3.2. Televisión

Los periodistas contemplados para la realización de las entrevistas pertenecen a los canales de televisión abierta con cobertura en el estado consideradas en el catálogo nacional del INE para la elaboración de las pautas de transmisión, y en su momento, remitirles las órdenes de transmisión de los spots de los partidos políticos, los candidatos y los candidatos independientes en cumplimiento de la regulación de medios, pero que a la vez, fueron requeridas por las notas informativas y entrevistas transmitidas de los políticos de los casos judiciales de estudio.

Televisión Tabasqueña¹⁸⁴

Dione Cano Olán¹⁸⁵

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del ejercicio del periodismo relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012, 2014-2015. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementada en el modelo de comunicación política de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

¹⁸⁴ Televisión Tabasqueña que es funciona como permisionaria y concesionaria a la vez, como un órgano público desconcentrado del gobierno del estado de Tabasco. Disponible en: <http://corat.tabasco.gob.mx/content/televisi%C3%B3n-tabasque%C3%B1a> Consultado el 31 de agosto de 2015.

¹⁸⁵ Directora de Noticias de Televisión Tabasqueña. Licenciada en Comunicación por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y Maestra en Mercadotecnia por la Universidad Interamericana de Desarrollo. Ejerce el periodismo desde el año 2000 empezó en Digital 91 con Juan Carlos Huerta, en TVT colabora desde hace 12 años y ahora es su Directora de Noticias.

I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

1. **¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?**

No y sí. Si se redujo fue mínimo, no se palpó. Porque no se comentó los alcances del mismo, si se promovió los beneficios de la regulación de medios fue para los inmersos en la materia electoral, no para los medios, que es lo que está pasando ahora, porque se desconocen los términos y los alcances de la citada regulación. Ejemplo, en junio (de 2015) se nos dio un curso que terminó mal, porque no hubo entendimiento en el lenguaje legal y el ejercicio del periodismo. Finalmente, la conclusión del ponente fue, ponte de acuerdo con tu jurídico y ve como le buscas solución. No se te capacita como tal.

2. **¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?**

No es suficiente, deficiente tampoco. Que se capacite a los medios de comunicación, los alcances, de lo que dicen las letras chiquitas de la norma.

3. **¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?**

No estuvieron tan involucrados los medios como en elecciones pasadas, porque los medios tuvieron reservas para no cometer una falta administrativa, porque si un día das espacio, si te pasas de tiempo, ya es motivo para que te involucren en un proceso administrativo ante la autoridad electoral.

Los medios estuvimos más alejados del proceso, fuimos herméticos para no cometer errores, ante la posibilidad de cometer una falta, cuál fue el criterio que

prevaleció: mejor no cubrimos las campañas electorales; fue la recomendación de la propia Cámara de la industria de la Radio y la Televisión, que quien contacte con su jurídico de medios y que les resuelvan, si el órgano máximo de organización de las empresas de radio y la televisión emite esa sugerencia, pues, mejor no cubrimos.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

No reglamentar, es explicarlo dar a conocer los alcances, a esta Dirección, en este proceso electoral (2014-2015) llegaron oficios INE, IEPC, de la Contraloría, todos hablaban del proceso electoral, todos te informaban lo que debías observar, pero te hablaban de diferentes argumentos legales, diferentes fechas, diferentes condiciones, aunque todo se observó, fue complicado establecer a quien hacerle caso.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

Ya nada.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Si la mejoraría si nos obligaran a cumplir, una cosa lo que dice en la letra y otra que los que me conviene, si me conviene lo hago, si no, puede haber leyes, códigos de ética, pero quien te obliga a cumplirlas..

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la corregulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Si convendría, claro, que los partidos se autorregulen para los procesos electorales.

8. Los resolutive de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí y más cuando viene de parte de los medios. Los medios tienen alcance, los medios manipulan y los ciudadanos no se forman una opinión, se dejan persuadir por los medios y se la creen, y si lo medios dicen cosas no fundamentada se la creen, si dicen no salgas a votar o que tal partido hizo tal cosa, cual sea la realidad, el ciudadano se la va creyendo.

II. Competencia. El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Sí. Garantizó el acceso a los medios de comunicación de los partidos de manera equitativa y con el cumplimiento del pautado de transmisión emitido por la autoridad, cumple con el requerido principio de equidad; los hizo competitivos y combatió aquello de que tenía más presencia a nivel publicidad, el partido que mayor recursos económicos tuviera para comprar los espacios de transmisión, los spots.

Pero la gente cree que son los medios y no son los medios los que establecen el pautado, el pautado de transmisión te lo mandan desde el órgano electoral (el INE), me pasó, con mis alumnos de la clase de Análisis Estadísticos que

reclamaban una mayor presencia en el medio de un candidato, de Gaudiano¹⁸⁶; pero lo que la gente no sabe, es que el medio está obligado a transmitir la pauta en el orden, los horarios y las veces expresadas en el pautado; y por el contrario, creen que el medio tiene esa facultad para decir cuántas veces y en qué horarios debe transmitirse el spot del partido o del candidato, cuando no es así.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Si y no transparentó en un cien por ciento. De ahí el enojo de los medios de comunicación, no me pagas, no te cubro, no te publico. Los que más perdieron, no vieron tanta entrada con la contratación de espacios para partidos.

3. Como periodista que ha observado al Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o en todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó el órgano electoral local?

Si favorece a la autoridad en su función, pero se supone que ya tienes más control de los medios, pero se les quita una carga a la autoridad local de vigilancia, de monitoreo de los medios de la cobertura informativa en precampañas y campañas electorales al ser una facultad del órgano nacional (INE), y por eso se les fue de las manos.

¹⁸⁶ Gerardo Gaudiano Rovirosa. Candidato del PRD a la Presidencia Municipal de Centro en el proceso electoral ordinario 2014-2015. Ganó la elección del 7 de junio de 2015. El Tribunal Electoral de Tabasco decretó la nulidad de su elección por supuestas irregularidades durante la Jornada de Cómputo Distrital. El caso se impugnó en la Sala Regional Xalapa del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Hasta el 31 de agosto de 2015 continuaba la cadena impugnativa, sin causar definitividad el caso.

Me parece que no hubo una organización hacia el interior del órgano y su similar nacional, porque en esta ocasión (2015) no hubo resultados de los monitoreos, no se habla de que medios cumplieron, no se ha acusado a un medio de parcialidad y la mayoría no dio tanta cobertura informativa para no caer en un delito o observación como medio, y al final, no pasó nada.

Televisa Canal 9¹⁸⁷

Iván Hernández¹⁸⁸

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del ejercicio del periodismo relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012, 2014-2015. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementada en el modelo de comunicación política de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

I. Estado de Derecho. Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en

¹⁸⁷ Canal 9. XHTVL. Tu Canal. Teleemisoras del Sureste S.A. de C.V. Es filial de Televisa y repetidora del Canal 9 del Distrito Federal con la identificación comercial Galavisión. En Tabasco llega a 591 mil 724 hogares según cifra proporcionada en el portal de internet de la televisora. Localmente, produce los noticieros en dos ediciones: vespertina y nocturna, pues la transmisión matutina es la repetición de la versión nocturna, al igual que un programa misceláneo llamado Revista de Hoy. Canal 9 fue requerido como medio de comunicación para que aportase pruebas técnicas y alegara a favor de lo que a su derecho conviniera en los procedimientos administrativos de los años 2009 y 2011-2012, que son objeto de estudio de esta investigación.

¹⁸⁸ Iván Hernández es Licenciado en Comunicación, ejerce el periodismo cubriendo la fuente política, y particularmente, en la cobertura informativa de procesos electorales desde al año 2009 a la fecha.

Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?

No. La regulación de medios de comunicación, en lo concerniente a la radio y la televisión, en este momento, ya está rebasada. ¿Por qué? Porque ya para la última experiencia (de la aplicación de la regulación de medios en el proceso electoral ordinario 2014-2015), a pesar de tratarse de una elección intermedia, que por lo generalmente existe menor apasionamiento de cuando se trata de la elección presidencial y la gobernador, pues ya para estas fechas, el trabajo periodístico estuvo tan acotado que ya hasta había desaparecido hasta el libre albedrío.

Radio y Televisión, estamos desde la Reforma Electoral 2007, atados de manos, con una especie de ley mordaza, porque al establecerse en la ley que los medios de comunicación son sujetos de responsabilidad en la comisión de falta administrativas, conforme han transcurrido los procesos electorales (ordinarios 2009, 2011-2012, 2014-2015), el ejercicio periodístico se cerró para evitar involucrarse en los procedimientos administrativos, en los que mientras la autoridad determina si se cometió o no la falta administrativa, el litigio es largo, engorroso por las veces que te llaman a comparecer e intentar demostrar que la nota informativa o la entrevista que realizaste solo es parte de tu trabajo como periodista, y en el peor de los escenarios, que se encontrase, a juicio o valor de los consejeros o magistrados electorales, que se había incurrido en una infracción, las penalizaciones son muy altas.

Así ante la información genérica en el caso de nosotros y en el cierre total de espacios en noticieros para partidos y candidatos en medidas más extremas tomadas por nuestros similares como TV Azteca y Radio ACIR, los ciudadanos buscaron opciones, y para bien o para mal, ahí estaban las redes sociales.

¿Qué pasó en las redes? Primero el ciudadano buscó la información que no se le dio por radio y televisión, luego en las redes nos encontramos todos, los periodistas tenemos nuestras cuentas, los empresarios tienen sus cuentas, los partidos políticos tienen sus cuentas, los candidatos tienen sus cuentas, así que lo no se podía decir en radio y televisión, ni como periodista, pues como ciudadano opinas y se reproduce por tratarse precisamente esa la naturaleza de la red.

Por su parte, los partidos y los candidatos, supieron usar las redes sociales para generar “ganchos”, que quiero decir con esto, colocaban en las redes una información de tal impacto que obligaba a los medios de comunicación, radio, prensa y televisión a buscar la información y producir la noticia. La estrategia funcionó, me parece que fue el boom nacional y como ejemplo se encuentra la estrategia del Bronco y su triunfo como gobernador de Nuevo León¹⁸⁹.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

¹⁸⁹ Cfr. Nota informativa de Tania Montalva publicada en el portal de la Revista Proceso el 16 de junio de 2015. Jaime Rodríguez Calderón, *El Bronco*, los llama soldados. Se trata de los simpatizantes que escribieron en Facebook algún mensaje de apoyo para el candidato independiente y que tras ser contactados por el equipo de campaña, se convirtieron en los pilares de la estrategia digital que utilizaron para ganar la gubernatura de Nuevo León. El uso de la red social inició cuando Rodríguez Calderón era alcalde del municipio de García (2009-2012) y tras el éxito que resultó de comunicarse con los ciudadanos para combatir al crimen organizado, *El Bronco* decidió utilizarla para su campaña. “Un día me dijo que era hora de organizar a quienes le mandaban mensajes de Inbox o en el muro y me dijo ‘ponte a ver todas las personas que comentan, uno a uno, todos los que dicen que me apoyan y a cada uno contáctalo y hay que conocerlo’. Y eso hicimos”, cuenta Miguel Dávila, encargado de coordinar la estrategia de redes sociales para la campaña de El Bronco. Poniéndose en contacto con todas las personas que escribieron en el perfil de Jaime Rodríguez Calderón, el equipo logró formar una base de datos que más tarde se convirtió en el programa “Únete”, con el que se identificó a simpatizantes que estuvieran dispuestos a viralizar el mensaje del candidato y, en su momento, “cuidar de la elección”. “Nosotros los llamamos los soldados de Jaime, son los defensores de la red. Ellos escribieron en Facebook que estaban casados con el proyecto del ingeniero (Jaime Rodríguez), nosotros los contactamos y armamos un equipo que luego empezó a tener sus misiones y a funcionar”, dijo en entrevista Dávila. Las misiones para los soldados consistían, básicamente, en transmitir el mensaje de campaña de Jaime Rodríguez y distribuirlo en redes sociales: hacerlo viral. En octubre de 2014, cuando *El Bronco* acababa de renunciar al PRI e inició el proceso para conseguir la candidatura independiente, se puso a prueba el programa de los soldados. “Teníamos filtros. Organizábamos eventos y tomábamos nota de quiénes venían y quiénes no. Notamos que había gente que estaba en la base de datos que había venido a los cuatro eventos que organizamos y que además, a cada evento había traído a dos o tres personas. Eso era un mensaje claro. Empezamos a fidelizar a los soldados. Una vez que teníamos una estructura sólida, los echamos a andar cuando necesitábamos las firmas”. Cuando Jaime Rodríguez entregó a la Comisión Estatal Electoral las firmas requeridas para ser candidato, en su base de datos existían 20 mil soldados cuya primera misión fue distribuir el video en el que *El Bronco* solicita apoyo de los ciudadanos con su firma. Disponible en: <http://www.animalpolitico.com/2015/06/los-soldados-que-protegeron-a-el-bronco-en-redes-sociales/> Consultado el 2 de septiembre de 2015

Lo que generó, como te anticipé, fue una ley mordaza, pero uno como periodista tuviste que ingeniártela para buscar la información y procesarla de tal modo que no entrase en conflicto con la regulación de medios prevista en la reforma.

¿Qué hicimos? No personalizar, evitar adjetivos, generalizar la información para evitar una nota informativa o un comentario que ubicara en una posición de conflicto enfrente a la ley.

Suficiente para organizar procesos electoral posible, ahí están ya las elecciones ya pasaron. Si fueron eficaces, tengo mis reservas. Te explico.

En la capacitación en la materia para conocer la regulación de medios y en esa revisión de la ley te encuentras con contradicciones, la norma dice que como parte de sus prerrogativas los partidos tienen derecho al uso permanente de los medios de comisión, ahí; pero no pueden comprar o adquirir bajo ninguna modalidad espacios en radio y televisión.

A nivel interpretativo, es tu derecho como partido estar siempre en los medios de comunicación, pero ni te acerques a ellos, pero precisamente como se trata de interpretaciones tienes que esperar al criterio de los tribunales; el medio que se encuentra requerido en un procedimiento administrativo y llega a ser sancionado es por el criterio de los tribunales.

Y hay mucho temor ante esa situación, pero, las veces en que se involucra a un medio de comunicación en procedimientos administrativos, la denuncia inicialmente, es perceptual, a criterio del denunciante cometiste una falta administrativa; admitido la denuncia, autoridad administrativa primero, los consejeros y luego si llega a los tribunales, en su momento, los magistrados; todos, entran al estudio del caso y se ven obligados a investigar. En lo que se hacen las indagatorias, los periodistas pasamos momentos difíciles en un litigio largo, hay unos que han durado hasta 3 años, tratando de comprobar que no violaste la ley.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

Si hubo una reducción de la judicialización fue irrelevante, el pleito siguió, ya se a por la regulación de medios o por las otras causales previstas en la ley a parte del tema de los medios de comunicación, pero en el caso que nos ocupa, la regulación de medios de comunicación, me parece, incluso, que fue permisivo por la autoridad electoral y hasta estratégico por los medios de comunicación.

Por parte de la autoridad electoral, no actuó hasta la presentación de la denuncia, y las denuncias cuyo origen fue una actividad de algún político que pareciera intrascendente porque se trataba de acciones propias de su encargo dentro de un partido, era documentada por el interesado para convertirla en un procedimiento, el árbitro no observaba porque era parte de la dinámica natural de los políticos o el partido, pero además no efectúa una fiscalización al respecto porque ya no monitorea como antes.

Los partidos y los políticos por su parte como estrategia, hicieron uso de la regulación, los procedimientos administrativos y sus sanciones como para meterle calor al clima electoral, ¿con qué fin? disminuir al contendiente, tratar, en caso de que resultara a favor el litigio, hasta bajar al contrincante de la contienda electoral.

Puedo concederle el beneficio en el sentido de que la regulación de medios, neutralizó a radio y televisión en materia publicitaria, pero en cuanto a contenidos ocurrió lo mismo; pero que no se dijo en radio y televisión, se dijo en la redes, incluso hubo los primeros casos por el uso de las redes¹⁹⁰, pero

¹⁹⁰ El 20 de marzo de 2015, Rosalinda López Hernández quien llegó a ser candidata a la alcaldía de Centro por el Partido Verde Ecologista de México en candidatura común con el Partido Acción Nacional interpuso denuncia que se registró bajo la nomenclatura SE/PES/RLH/008/2015 y su acumulado, donde se adoleció de la posible actualización de la hipótesis prevista en la fracción IX del artículo 336 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos del Estado de Tabasco, consistente en la difusión de propaganda política o electoral que contenga expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas, a través de ataques y utilización de imágenes y páginas electrónicas no autorizadas en perjuicio de su persona. La autoridad electoral luego del estudio del caso resolvió como improcedente del caso por no haber materia de análisis y estudio y declaro su sobreseimiento Conforme al artículo 357 párrafos 1, 2 y 3 de la Ley Electoral y de Partidos

como hemos visto en los últimos resolutivos de parte del árbitro, no hay los suficientes elementos para sancionar.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

Sí.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

Comparto la idea de mis compañeros del medio, que se regrese al modelo anterior, que se quiete el rigor a los medios, lo haga o no (la conducta infractora), hay información que se puede transformar de manera informativa, y lo han hecho, no los medios, los medios somos el canal, el medio; los políticos que tienen interés de conseguir una candidatura y más si está sobre los tiempos de la elección de candidatos, busca la manera de viralizar la información, como hemos comentado, incluyeron temas en las redes sociales que forzaban a su tratamiento en radio y televisión.

La regulación de medios debe ser flexible con radio y televisión, los medios escritos no están regulados y hacen lo que quieren, y las redes sociales, ya nos rebasaron.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Políticos para el Estado de Tabasco; 21, párrafo 1, del Reglamento de Denuncias y Quejas del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco se sobresee porque la promovente no identifico en su escrito a los probables responsables de los hechos denunciados, sin embargo atendiendo al artículo 17 constitucional se admitió a tramite la queja, ordenándose la realización una diligencia de inspección ocular al contenido del portal en internet de la red social denominada "Twitter", a efecto de constatar la existencia de una cuenta con el nombre "Rosalinda López Hdez" y/o "@RosalindalopzH"; el resultado obtenido fue que dicha cuenta y/o usuario se encuentra suspendido, y por tanto no pudo corroborarse que la misma efectivamente haya existido en dicho portal. (ello a pesar de que la misma presento como pruebas fotografías de los tweets que se publicaron) aunado a ello, presentó número de case 13076658, en el cual se le informa por parte de la dirección de correo electrónico "support@twitter.com" que ha sido eliminada la cuenta denunciada, por incumplimiento de las reglas de "Twitter", y específicamente de las reglas sobre suplantación de identidad en "Twitter".

Posiblemente, pero aunque tú como periodista te conduzcas con respeto a la norma, hay condiciones externas que no favorecen, y no porque el periodista busque como como darle la vuelta a la norma, sino que en los casos en los que se ha involucrado a la televisora en los procedimientos y los compañeros vivido la experiencia del litigio, es porque te involucran otros, no porque el periodista esté buscando meterse en problemas.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la corregulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Como los llamados pactos de civildad a los que llaman siempre que se firmen al inicio de las campañas, en donde todos, convocan a unas campañas electorales de propuestas y de altura, así les dicen, en los que ya no haya diatriba, ni denostación. ¡Ajá! Los sientas, pero al final, ese sistema solito se corrompe, porque tienen sus ideologías y las defienden, al igual que sus intereses. Siempre dicen que vamos por propuestas, y al final de la campaña, se olvidan de eso. Siempre arrancan con los discursos de propuesta y no denostar y terminan enlodados.

La regulación de medios maniatada a los que supuestamente generan el conflicto, radio y televisión, pero si los que generan la información son ellos, son ellos el origen del conflicto.

De que se pudieran adoptar códigos de ética por parte de los partidos y los políticos, habría una competencia más respetuosa y eso lo ve el ciudadano para que pueda formar criterio y que voten no por el menos malo, si no por quien en verdad tiene una propuesta; que el criterio de elección del ciudadano sea voto por el mejor entre los buenos, no por el que se menos malo o el menos peor de los que hay, que es el criterio que se usa.

8. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

La gente valora. A la gente ya no le importa quien empezó el pleito, la gente ya no le importa de dónde salió la información, le resto quitó peso al medios electrónico porque como hemos venido comentando buscan la verdad en otro medio a su alcance, más personal, las redes sociales. Aunque sí estimo que a esa campaña de denostación la gente le da crédito y forma su criterio, a favor o en contra, participa o se desalienta, como aconteció últimamente, hubo un abstencionismo¹⁹¹.

II. Competencia. El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

¹⁹¹ Cfr. ¿Abstencionismo de escándalo? de Francisco Guerrero Aguirre, publicado en el diario el Excelsior el 21 de enero de 2015. En un estudio muy ilustrativo, el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados elaboró, en abril de 2012, una radiografía precisa sobre el fenómeno del abstencionismo electoral y su vinculación con nuestra cultura política. De acuerdo con el documento, el abstencionismo en las elecciones federales se ha duplicado. Entre 1994 y 2009 se realizaron tres elecciones presidenciales, en las cuales la inasistencia a las urnas pasó de 22.84 a 41.45%. En 2012 esta tendencia se revirtió al disminuir el fenómeno a 36.92%. La irrupción de las redes sociales, el trabajo de promoción del IFE y la alternancia en el Ejecutivo federal favorecieron una mayor participación ciudadana. Disponible en: <http://www.excelsior.com.mx/opinion/francisco-guerrero-aguirre/2015/01/21/1003821>. Consultado el 2 de septiembre de 2015. Junto con Elecciones 2015, las terceras con mayor participación. Entrevista publicada del consejero nacional, Marcos Baños, en el diario El Informador el 8 de junio de 2015. La jornada electoral de la víspera fue la tercera elección intermedia con alta participación, pues en 1991 y 1997 hubo porcentajes de participación mayores de 55 por ciento y ahora viene claramente un repunte de la participación ciudadana en comicios de ese tipo, consideró el consejero del INE, Marco Antonio Baños. Explicó que en 2003 la participación ciudadana alcanzó 41.8 por ciento, en 2009 de 44.6 y ahora se superó 47 por ciento. Indicó que esperarán el dato final para cuando se concluyan los cómputos de distrito, que será esta misma semana, "pero estará por encima de 47 por ciento, lo que significa una buena noticia que los ciudadanos decidieran ir a ejercer su derecho de voto". De acuerdo con el consejero del **Instituto Nacional Electoral**, ese nivel de participación se debe a la implementación de la casilla única, mecanismo que permite que los ciudadanos tengan mayor agilidad en el ejercicio del voto. <http://www.informador.com.mx/mexico/2015/596853/6/elecciones-2015-las-terceras-con-mas-alta-participacion.htm>.

Tabasco en la elección del 2015 ocupó el segundo lugar a nivel nacional en participación ciudadana. En el 2009 fue de un 59 por ciento y en el año 2012 del 70.8 por ciento.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

En la cuestión a nivel federal sí, hay confusión en la cuestión local, ahí, de todos modos el político va a buscar la manera de salir en el medio local, empiezan a generar campañas, programas de afiliación, campañas sociales porque según que le preocupa el medio ambiente, los perritos, para cuando los árbitros se dan cuenta ya es tarde, no lo frené. Los partidos se cuelan lo que empezó como un acto altruista pero terminó como proselitismo.

La federal hace producción, tiene su tiempo, pero avanza el proceso electoral local y se cuelan, buscan influenciar a la ciudadanía, empiezan hablando bien de ellos y terminan hablando mal de tu contrincante. Igual, enganchan a los medio en redes sociales, como lo explicaba anteriormente, lanzan un temán y los tienes que llevarlo al medio electrónico, incluso, en el medio periodístico, se habla de acuerdos de los políticos para generar guerra sucia que los ayude a posicionarse.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. Porque se supone que está prohibido y etiquetado el uso de sus recursos, pero no contemplan la estrategia, de la que también ya te comenté, para colocarse en los medios, buscar ser noticia sin necesidad de contratar.

Los dirigentes buscan con su comité como generar la noticia. La información que se filtra de encuestas en las que se marca tendencia de quien podría ser candidatos y los propios candidatos se prestan para esa estrategia.

Otro ejemplo, cuando por esas tendencias “filtradas” empiezan las

inconformidades y los cambios de partido, se dice que hasta esos cambios son pactados, los partidos se prestan a los candidatos, son estrategias que buscan para llamar la atención, no con dinero, ni con favores, ni comprometiéndose con los medios, producen la noticia para que se sienta como una necesidad, al final, los medios la tenemos que usar esa información; pero los recursos para elaborar la estrategia cómo se transparentan, ahí, es donde creo que igual se burla la fiscalización del financiamiento público.

3. Como periodista que ha observado al Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o en todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó el órgano electoral local?

El federal marco orden en formatos y contenidos y sirve como elementos para fomentar el voto con lineamientos que deben observar los medios de comunicación en sus noticieros, pero en la cuestión local cuando empiezan las denuncias de los partidos políticos usan como prueba lo que publica el medio, ya lo metes al juego, esa es otra estrategia; ya no es necesario pagar a un medio para el manejo de la nota informativa porque, entre otros aspectos, Tabasco es un estado politizado. Los árbitros caen en ese gancho como estrategia de los partidos políticos de la que he venido señalando; reciben el material y una vez que reciben el material y la denuncia, la tienen que analizar y pronunciarse en un sentido negativo o positivo, y ya los jalaban a la cancha de la estrategia de los partidos.

Si me permites la metáfora, es como en el partido de fútbol cuando desde la tribuna, le tiran el papel de baño ya no lo puedes sacar de la cancha y genera tensión entre la autoridad y los medios de comunicación, porque los investigan, y esa investigación es una batalla que lleva a ser guerra, y si entran interés de otro orden, hay quienes hasta personalizan, lo que inició como una investigación¹⁹².

¹⁹² Para el proceso electoral ordinario 2014-2015, la tensión entre los medios de comunicación y la autoridad electoral local llegó a ser tan grande, que la autoridad electoral optó por la autocensura; dejó de dar explicaciones de su actuación, al no garantizarse su derecho de réplica.

TV Azteca Tabasco¹⁹³

Juanita Reyes Santiago¹⁹⁴

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del ejercicio del periodismo relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012, 2014-2015. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementada en el modelo de comunicación política de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

- I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

1. **¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en**

¹⁹³ TV Azteca Tabasco. Filial de TV Azteca como televisora nacional, reproduce programación nacional, pero cuenta con sus propios noticieros locales. La estación local cuenta con instalaciones propias, pero en cuanto a su funcionalidad se rige desde oficinas centrales, con dirección en Periférico Sur 4121 en la colonia Fuentes del Pedregal en el Distrito Federal; así como las líneas telefónicas para el servicio a clientes relacionados con sus productos refieren a teléfonos nacionales. Información disponible en su portal oficial en: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:TAYs_Yh_cRQJ:tabasco.azteca.com/+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=mx Consultado el 1 de septiembre de 2015.

¹⁹⁴ Juanita Reyes Santiago. Licenciada en Idiomas con terminal en Comunicación por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Ejerce el periodismo en el año 2008, desde sus inicios colaboró con TV Azteca Tabasco donde ha cubierto la fuente del Poder Legislativo y a partir del proceso electoral 2009, se acreditó ante el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco como la reportera de esa televisora.

Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?

Redujo la brecha entre los llamados partidos políticos grandes y los partidos políticos “chiquitos”, pues el reclamo era el acceso equitativo a los medios de comunicación antes de la Reforma Electoral 2007, y con la regulación de medios, específicamente, la prohibición de compra de espacios publicitarios, el modelo implementado garantizó la inclusión de los spots en radio y televisión de los partidos políticos a los que les correspondía menor financiamiento público. Se acabó aquello de que yo tengo más dinero, compro más spots.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No siempre quedan como huecos, vacíos, es difícil regular este tipo de cosas. Debido a las experiencias TV Azteca¹⁹⁵, de oficina central bajó la política de no cubrir campañas electorales para el pasado proceso electoral ordinario¹⁹⁶

¹⁹⁵ Cfr. Multa IFE a Bertruy y a TV Azteca Tabasco. En sesión extraordinaria, el Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) aprobó siete procedimientos especiales sancionadores iniciados en contra de diferentes actores, por presuntas infracciones al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe), dos de ellos fueron declarados infundados; en el resto aplicó distintas sanciones a los responsables. Multó con 57 mil 460 pesos al ciudadano José Humberto de los Santos Bertruy, por contravenir la norma electoral al contratar, a través de terceros, propaganda en radio y televisión para influir en las preferencias electorales de los ciudadanos y posicionarse como aspirante a la presidencia del municipio de Centro, estado de Tabasco. En tanto, se determinó exentar de responsabilidad a los concesionarios del estado de Tabasco que difundieron los mensajes, debido a que realizaron la operación mercantil correspondiente con el ciudadano Plinio Manuel Estrada Arizmendi, sin mediar algún elemento objetivo que permitiera inferir que esa acción tenía como propósito actos contrarios a la normativa comicial federal. A las emisoras de Televisión Azteca con distintivos XHVIH-TV canal 11 (+) y XHVHT-TV canal 6 (+), en el estado de Tabasco, se impuso una sanción total por 12 millones 557 mil 404.16 pesos, al no transmitir 3 mil 147 promocionales durante el desarrollo de las precampañas e inter-campañas electorales en la entidad. Disponible en: <http://www.elheroico.com/2010/febrero/02/Multa+IFE+a+Bertruy+y+a+TV%20Azteca+Tabasco.html> Publicada el 2 de febrero de 2010. Consultado el primero de septiembre de 2015.

¹⁹⁶ Cfr. Multa TEPJF a TV Azteca y al Verde. La Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación determinó multar al Partido Verde y a TV Azteca por la transmisión de reportajes en los noticieros de la concesionaria en los que se promovió ilegalmente la plataforma del partido político. A TV Azteca se le aplicará una multa de 5 mil días de salario mínimo, 350 mil 500 pesos, y al Partido Verde otra de mil días de salario, equivalentes a 70 mil 100 pesos. "El reportaje intitulado 'Acuerdo y movilidad', se aprecia que, si bien en principio se trata de un ejercicio periodístico neutral y objetivo, se destaca en su cierre una opinión del reportero que excede los límites constitucionales y legales permitidos. "Por tanto, se propone imponer a Televisión Azteca así como al Partido Verde una multa que se detalla en el proyecto de la cuenta", señala el proyecto aprobado por unanimidad. La queja presentada por el PAN señala que entre el 24 de abril y el 6 de mayo se transmitieron diversos

(2015) tuvo esa política, la indicación fue notas informativas con contenidos generales sobre el proceso electoral, consignar el inicio del proceso, algunos datos sobre las fases que se iban cumpliendo, pero general, no hablar de partidos, ni candidatos, solo de las actividades de los órganos electorales y hasta de éstos, hablar de manera general

Fue autocensura y fue cómodo para nosotros como reporteros con la premisa de no meternos en problemas, así no había posibilidad de que te involucraran en los casos judiciales interpuestos por los partidos.

Pero, aunque la regulación de medios dio acceso a los partidos políticos a la radio y televisión en los espacios publicitarios, dio equidad más no igualdad, materialmente es imposible proporcionarnos espacios equitativos a los partidos y a sus candidatos durante las campañas electorales, son demasiados partidos, primero no hay el suficiente personal para abarcar la cobertura informativa de las actividades de todos, y aunque lo hubiese, el tiempos de los noticieros es insuficiente para que aparezcan todos. Insisto, son demasiados partidos.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

No es perceptible. Porque razones sobran a los partidos políticos para entablar controversias, siempre hay inconformidades, por la regulación de medios o no, los partidos están en constante jaloneo, es parte de su dinámica, es parte del show.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

programas noticiosos en TV Azteca y que de 34 piezas noticiosas, 20 fueron para hablar sobre el Partido Verde o para respaldar su agenda legislativa. Además, en la misma sesión TV Azteca recibió una amonestación pública de la Sala Especializada por haber transmitido cortinillas antes de los spots de partidos durante la campaña electoral, pese a que el Instituto Nacional Electoral le había ordenado no hacerlo. "Se acredita que el acuerdo de medidas cautelares se notificó a la televisora el 15 de marzo en que incurrió en la difusión de dos cortinillas el 17 de marzo y una el día 22, esto es durante la vigencia de las medidas cautelares, se incurrió en su incumplimiento", señala la resolución de la sala judicial. Nota informativa publicada en el portal de noticias de Tabasco Hoy el 17 de junio de 2015. Disponible en: <http://www.tabascohoy.com/2/notas/254693/multa-tepjf-a-tv-azteca-y-al-verde> Consultado el primero de septiembre de 2015.

No

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

A los partidos políticos, los partidos políticos son los que producen la noticia y sus contenidos, luego son ellos, los que le echan la culpa a los medios de comunicación, pero son ellos, los que no respetan las leyes.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Podría ser. Porque igual hay medios que toman partidos y deben ser imparciales.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la correulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Deberían de .. Es lo mismo, es parte fundamental y no lo hacen, quieren ganar no con propuestas sino con otros medios que implican la compra de la conciencia de la ciudadanía.

8. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. Las controversias de esta índole, solo le interesa a los involucrados, la ciudadanía está pendiente sí, pero no como para que sea determinante en su percepción del sentido de su voto.

II. Competencia. El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de

comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. La gente, y como ciudadana también opino, los ciudadanos están cansado del excesivo uso de los espacios publicitarios, la llamada espotización¹⁹⁷, resultado de esta regulación de medios, hay una saturación a la exposición de los mensajes de los partidos en radio y televisión y la gente ya perdió la credibilidad, la gente te dice que todos los años es lo mismo, los partidos y sus candidatos prometen y no cumplen con las promesas de campaña, y al final de cuenta, yo pienso que se habla de igualdad, y el modelo de espotización no tiene nada de igualdad, es lo mismo, los partidos políticos que tiene más votos tienen más spots y los que no tienen tanta fuerza electoral tienen menos, no hay igualdad.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado

¹⁹⁷ Cfr. 16 millones de spots se transmitirán durante las campañas electorales. Un total de 16 millones 174,080 spots serán difundidos por 2,500 estaciones de radio y televisión entre el 5 de abril y el 4 de junio, periodo en que se celebrarán las campañas federales, informó Arturo Sánchez, consejero del Instituto Nacional Electoral (INE). Sánchez resaltó que de todos los mensajes que serán transmitidos durante los 60 días de campañas, 13 millones 815,360 corresponden a partidos políticos y dos millones 358,720 a las autoridades electorales. En el actual lapso de intercampaña, además, “se están transmitiendo 12 millones 130,560 spots”, mientras que en el periodo de precampañas, que ya terminó, se distribuyeron a nivel nacional 10 millones 782,720 mensajes durante 40 días. En conjunto, durante las etapas de precampañas, intercampañas y campañas serán difundidos a nivel nacional por radio y televisión 39 millones 087,360 mensajes de propaganda, es decir, 96 anuncios diarios, 5.6 cada hora, explicó Sánchez Gutiérrez. Nota publicada en el portal de noticias CCMéxico, el 2 de marzo de 2015. Disponible en: <http://mexico.cnn.com/adnpolitico/2015/03/02/16-millones-de-spots-se-transmitiran-durante-las-campanas-electorales> Consultado el primero de septiembre de 2015.

en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. Siempre (los partidos políticos) se las ingenian para gastar más de lo que es y poder incidir o comprar el voto de esa manera, comprueban se ajustan, siempre hay mañas y formas para hacer las mañas..

3. Como periodista que ha observado al Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o en todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó el órgano electoral local?

Sí. La autoridad se trata de ajustar a la ley y hace lo que está a su alcance porque no pueden pasarse del marco normativo que también los rige. Las sanciones para los funcionarios electorales también son graves y onerosas en caso de comprobárseles una mala actuación. Ahora hasta juicio político y pena con privación de la libertad alcanzan, producto de la reforma 2014.

6.3.3.3. Prensa

Los periodistas contemplados para la realización de las entrevistas pertenecen a los medios impresos con cobertura en el estado, y que en su momento, fueron requeridos por las notas informativas y entrevistas transmitidas de los políticos de los casos judiciales de estudio.

La Verdad del Sureste¹⁹⁸

Joaquín Peregrino Gómez¹⁹⁹

De acuerdo a su experiencia de vida profesional con los procesos electorales en el ámbito del ejercicio del periodismo, de las consejerías electorales en los órganos distritales y como representante partido relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012, 2014-2015. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación

¹⁹⁸ Una larga travesía en la que diversos comunicadores, en diferentes etapas, han contribuido con dedicación y profesionalismo a edificar esta tribuna libre del pueblo tabasqueño, eje, motor y razón de ser de La Verdad del Sureste; así se autodefine este periódico en su portal de internet. Disponible en: <http://www.la-verdad.com.mx/> Consultado el 14 de agosto de 2015. De acuerdo a la valoración del instituto electoral en sus trabajos relativos al Plan de Medios está considerado por su número de páginas y circulación con la expresión de la ideología de la izquierda, toda vez que su fundador Alberto Pérez Mendoza y su hermano Carlos, quien actualmente lo dirigen, son cercanos a Andrés Manuel López Obrador.

VILLAHERMOSA, Tab. 13 de marzo.- Andrés Manuel López Obrador se dijo consternado por la muerte de su amigo de juventud y brazo derecho, Alberto Pérez Mendoza.

Estoy muy triste por la muerte de mi compañero de lucha por más de 36 años, sostuvo AMLO a su llegada a Tabasco. López Obrador a quien se le quebró la voz y derramó algunas lágrimas cuando habló de su colaborador Pérez Mendoza, refirió que éste fue uno de sus más grandes amigos, con quien compartió mucho tiempo aquí en Tabasco.

Andrés Manuel reveló que estuvo acompañando a Alberto Pérez Mendoza ayer por la noche en sus horas de agonía y adelantó que acudirá a sus funerales en el velatorio del Recinto Memorial este miércoles por la noche, cuando arribe su cuerpo así como al sepelio que será mañana en el cementerio de Villahermosa. “Estuve ayer en el hospital. He estado pendiente, me duele muchísimo, es un compañero entrañable de más de 36 años, un hombre íntegro, bueno, un tabasqueño ejemplar”, aseguró Obrador. “Es mi amigo más entrañable de Tabasco con quien conviví con más tiempo”, repuso el tabasqueño. Las últimas palabras de AMLO fueron pronunciadas casi sin voz por la tristeza; interrumpió la entrevista colectiva que estaba ofreciendo a la prensa. Nota informativa publicada en el portal del diario nacional Excelsior a través de su corresponsal en Tabasco Fabiola Xicoténcatl, publicada el 13 de marzo de 2013. Disponible en <http://www.excelsior.com.mx/2013/03/13/888899> Consultado el 14 de agosto de 2015.

¹⁹⁹ Joaquín Peregrino Gómez. Es profesor de educación primaria egresado de la antigua escuela normalista para maestros. Abogado en Derecho y actualmente cursa la maestría en Derecho Constitucional y Amparo. Observador electoral en el extranjero en las elecciones de Costa Rica y Venezuela. Consejero Distrital en el Consejo Distrital IV, con sede en el municipio de Centro en la elección del año 2000 Por 7 años se desempeñó en el cargo. Actualmente es Representante Propietario del Partido Movimiento Ciudadano ante el Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, en posición que tiene desde hace 6 años. Desde hace más de 40 años ejerce el periodismo, primero como articulista del Diario de Yucatán, luego en Tabasco como columnista del diario Tabasco Hoy y para estas fechas prosigue como columnista del Diario La Verdad del Sureste.

de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementada en el modelo de comunicación política de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.

1. **¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?**

Bueno, mientras no haya una eficacia en la administración de la justicia en este caso, de poco servirán las leyes que se emitan para acotar el uso de los medios de comunicación de parte de algunos actores políticos ¿Por qué? Porque tenemos reglas claras para el ejercicio periodístico y para el uso de los medios impresos y electrónicos por parte de los candidatos y partidos políticos, pero por parte de la autoridad electoral, hay permisividad discrecional para algunas figuras políticas, por lo cual, queda rebasado el marco legal.

¿Qué se tiene que hacer? Se tiene que armonizar la norma con la estricta aplicación del derecho, pero que se haga la aplicación del derecho, en sentido de la naturaleza del derecho la búsqueda de la justicia, en palabras comunes, darle a cada quien lo que le corresponde, es decir, si tiene que ser sancionado (el político o el partido), que así sea, que no haya por parte de las autoridades administrativas²⁰⁰ y jurisdiccionales²⁰¹, ningún intento de favorecer o dar concesiones a figuras políticas por el “peso” que representan.

²⁰⁰ Autoridades administrativas electorales. A nivel federal, el Instituto Nacional Electoral. A nivel estatal, el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

La norma es clara, la eficacia de la norma la tienen que dar las autoridades administrativas y jurisdiccionales al momento de la aplicación de la misma. La norma es clara y completa y es precisa, pero la norma por sí misma no mide su eficacia hasta su aplicación. porque el que tiene la facultad de aplicarla, tiene que ser eficaz en la aplicación de la norma.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

En los casos de los actos anticipados de precampaña y campaña electoral, la norma vio su eficacia, porque en cierta forma, inhibió la conducta de muchos entes políticos que ocupaban ese vacío para posicionarse políticamente. Se vio su eficacia bajó la conducta que se pretendía minimizar, pero no, en los niveles que podría considerarse óptimos para la organización de los procesos electorales.

En el caso de Movimiento Ciudadano²⁰² puedo presumir de que nunca sus candidatos y el partido ha sido denunciado por actas anticipados de precampaña

²⁰¹ Autoridades jurisdiccionales. A nivel federal, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. A nivel local, el Tribunal Electoral de Tabasco.

²⁰² Movimiento Ciudadano se constituye en la Tercera Asamblea Nacional Extraordinaria de Convergencia aprobaron el 31 de julio de 2011, reformas de fondo a los documentos básicos que convierten a esa organización, a partir de esa fecha, en Movimiento Ciudadano. En sesión ordinaria celebrada el 07 de Octubre de 2011, el Consejo General del Instituto Federal Electoral declaró procedentes y constitucionalmente válidas las reformas a los documentos básicos de Convergencia, aprobadas en Asamblea Nacional del 31 de julio, y que dan paso a su transformación en Movimiento Ciudadano. Es así como el 17 de Octubre de 2011 se publica en el Diario Oficial de la Federación la resolución emitida por el Instituto Federal Electoral por lo que es, en esa fecha en que dichos cambios adquieren carácter oficial. Convergencia por la Democracia solicitó su registro como Agrupación Política Nacional en 1996. Le fue otorgado en enero de 1997. El 5 de diciembre de 1998, Convergencia por la Democracia efectuó en la ciudad de México, su Asamblea Nacional Constitutiva como Partido Político Nacional. El 1° de agosto de 1999, el Instituto Federal Electoral (IFE) notificó a la dirigencia de Convergencia que contaba formalmente con registro y con la personalidad jurídica de Partido Político Nacional. La

y/o campaña electoral por el uso indebido de los medios de comunicación, porque el partido capacita a sus actores políticos, se les dio capacitación constante, se distribuyó información de lo que podían y no podían hacer durante estos periodos, el resultado, ningún caso judicial en ese sentido, ni legal, ni legítimamente se puede señalar al partido y a sus actores por la comisión de posibles faltas administrativas bajo ese rubro.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

No.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

La conducta de los actores políticos. La conducta de los actores políticos es cambiante, hay observar lo que no tiene la norma, adecuarse a las nuevas conductas para evitar la ventaja indebida contra los contrincantes, violan el principio de equidad que debe prevalecer en los procesos electorales. Si observas el diseño de la norma regula algo que pasó, pero hay que prever las nuevas conductas. La regulación actualmente es correctiva, y desde mi personal punto de vista, debe ser preventiva, además de su cualidad correctiva.

primera dirigencia del Comité Ejecutivo Nacional (CEN) de Convergencia fue encabezada por el Lic. Dante Delgado Rannauro (1999-2002), a quien acompañó en la Secretaría General del partido el Lic. Enrique Herrera Bruqueta hasta el año 2001. Con información de su portal de internet. Disponible en <http://movimientociudadano.mx/nuestra-historia> Consultado el 14 de agosto de 2015

El crecimiento que ha reportado el partido les ha permitido desbancar al PAN como la tercera fuerza política en Tabasco. Guillermo Torres López, coordinador estatal de Movimiento Ciudadano, afirmó que el crecimiento que reporta su partido les ha permitido desbancar al PAN como la tercera fuerza política en Tabasco. “En esta elección del 7 de junio Movimiento Ciudadano se va a consolidar como la tercera fuerza política, con el trabajo que estamos realizando en toda la geografía estatal caminamos para seguir fortaleciendo esa tercera posición”, indicó. El dirigente de Movimiento Ciudadano, expuso sobre la mesa la presencia que tiene actualmente su partido en el gobierno estatal, como en los congresos, federal y estatal, además de muchas regidurías en ayuntamientos. Paralelamente el padrón creció descomunadamente al pasar de 1,200 a 29 mil militantes, lo que habla de que hoy en día somos una verdadera opción electoral apuntó. Nota informativa publicada en el portal de este partido en Tabasco escrita por Rubén Concepción Góngora, retomada del diario Novedades de Tabasco. Disponible en <http://movimientociudadano.mx/tabasco/replica-de-medios/movimiento-ciudadano-es-la-tercera-fuerza-en-tabasco-torres-lopez> Consultado el 14 de agosto de 2015.

La regulación de los medios de comunicación en México



Caso concreto: El Partido Verde Ecologista (de México)²⁰³. Al Verde se le acusó en todo el proceso electoral pasado (2014-2015) tanto a nivel federal como local por su actuación, aunque digan lo contrario, con todo respeto, las autoridades administrativas y jurisdiccionales al respecto.

Se le acusó por el uso de los medios de comunicación, ¿en dónde no? Uso de los spots de radio y televisión²⁰⁴, uso el cine²⁰⁵, de personajes de las dos

²⁰³ Habían pasado ya 70 años de que un mismo partido político gobernara nuestro país, cuando una modesta Organización de Colonos en los pedregales de Coyoacán fue el factor del cambio en 1979. Un día una pequeña Brigada de vecinos de una de las muchas colonias de México sufrió una terrible pérdida de sus espacios verdes y aunque a veces sea difícil de creer, este es el ejemplo claro de que con toda pérdida viene una ganancia. Fue así como surgió en ellos una intención de cambio, un espíritu de conciencia ambiental, una semilla que años más tarde sería el catalizador para el cambio pacífico del país: El Partido Verde Ecologista de México. El Partido Verde Mexicano continuo trabajando en las principales causas ambientales, a la vez que solicitaba ante el Tribunal Federal Electoral la decisión sobre su registro político nacional.

El 9 de febrero de 1991 el Tribunal falló a favor de la organización, otorgándole el registro condicionado. La Sala Central de Tribunal Federal Electoral fincó un importante precedente jurídico al resolver por unanimidad que “las labores realizadas por el Partido Verde Mexicano en defensa de la ecología, estaban orientadas a una participación activa y pública en la vida político-social del país, por tanto pueden considerarse actividades de naturaleza política”.

El Instituto Electoral, condicionó la decisión del Tribunal Federal Electoral al cambio de nombre y emblema que usaba la organización, por lo que este fue modificado y se llamó entonces Partido Verde Ecologista de México (PVEM).

La primera participación del Partido Ecologista de México en las elecciones federales de 1991 requirió de un gran esfuerzo pues todavía carecían de recursos y tenían poco apoyo por parte de los medios de comunicación. Aunque existían una enorme disparidad con los otros partidos políticos, los ecologistas lograron una votación de 1.48% dejándolos a sólo dos centésimas para poder mantener el registro.

Los verdes siguieron luchando y realizaron con mucha pasión todo el trabajo necesario para poder obtener el registro oficial. Después de 167 asambleas constitutivas y la constancia de 86 mil afiliados finalmente el 13 de enero de 1993 se recuperó el registro para poder participar en las elecciones federales de 1994. Historia del PVEM publicada en su portal de internet. Disponible en : <http://movimientociudadano.mx/nuestra-historia> Consultada el 14 de agosto de 2015. En sus participaciones en procesos electorales fue bajo la figura de Coalición, las más destacadas con el PAN cuando éste alcanzo ganar la presidencia de México en el año 2000. Posterior a esa fecha, ha sido coaligado con el PRI.

²⁰⁴ El Instituto Nacional Electoral (INE) solicitó a las concesionarias de televisión que suspendan la transmisión de promocionales de la senadora Ninfa Salinas, del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), y del vocero de dicho órgano político, Carlos Puente, informó el organismo electoral en un comunicado este domingo.

La Comisión de Quejas y Denuncias del INE declaró procedente la adopción de medidas cautelares solicitada por los representantes de los partidos políticos de la Revolución Democrática (PRD), Encuentro Social y del Trabajo (PT), así como de un representante del poder legislativo del Partido Acción Nacional (PAN), respecto de la difusión de [los promocionales del Partido Verde](#). La suspensión de los promocionales en los anuncios televisivos no podrán exceder las 24 horas contadas a partir de la notificación de esta determinación, dictó el INE. “La Comisión de Quejas ordenó también al [Partido Verde Ecologista de México](#) para que, en el término de seis horas contadas a partir de la notificación de esta determinación, sustituya ante la Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Nacional Electoral los materiales pautados por dicho partido político”.

cadenas de televisión nacionales²⁰⁶, hasta del director técnico de la selección mexicana de fútbol²⁰⁷.

En uno de los promocionales, Puente aparece con menores de edad y personas de la tercera edad, anunciando que los diputados y senadores del Verde cumplen lo que prometen, al participar en la aprobación de vales de medicina para los derechohabientes del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), cadena perpetua para secuestradores, eliminar cuotas escolares en escuelas públicas y prohibir los animales en circos.

El promocional de la senadora Ninfa Salinas hace alusión a los vales de medicina que según la legisladora, fueron aprobados a propuesta del Verde. Nota informativa publicada en el portal de CCN México de fecha 22 de febrero de 2015. Disponible en: <http://mexico.cnn.com/adnpolitico/2015/02/22/el-ine-suspende-la-transmision-de-dos-promocionales-del-verde-ecologista>. Consultada el 14 de agosto de 2015.

²⁰⁵ El Instituto Nacional Electoral (INE) proyecta multar al Partido Verde Ecologista de México (PVEM) con 35 millones 720,612 pesos, y a las empresas Cinemex y Cinépolis con 7 millones 10,000 pesos a cada una por la transmisión de cineminutos antes del inicio de las funciones. La Comisión de Quejas y Denuncias acordó sancionar a dicho partido —aliado del Partido Revolucionario Institucional (PRI)— por desacato a la orden de detener la transmisión de los anuncios en salas de cine.

El 2 de enero, el INE ordenó la suspensión inmediata de estos anuncios en cine, ante una queja del Partido Acción Nacional (PAN) en el sentido de que vulneraban el principio de equidad e imparcialidad rumbo a las elecciones del 7 de junio, en la que se renovará la Cámara de Diputados. Un mes después, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) ordenó "sacar de cartelera" estos *spots* del Partido Verde, por considerar que vulneran la equidad del proceso. El PVEM informó el mes pasado que cuenta con 320 millones de pesos para esta campaña de propaganda, que incluye promocionarse en cine. Con información del portal de noticias de CCN México, publicada el 3 de marzo de 2015. Disponible en: <http://mexico.cnn.com/adnpolitico/2015/03/03/el-ine-alista-multa-millonaria-a-pvem-cinemex-y-cinepolis-por-cineminutos> Consultado el 14 de agosto de 2015.

²⁰⁶ CIUDAD DE MÉXICO (06/JUN/2015).- El representante del Movimiento Regeneración Nacional (Morena) ante el Instituto Nacional Electoral (INE), Horacio Duarte Olivares, denunció violación de la veda electoral de parte del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), mediante una oleada tuitera de alrededor de 24 personajes de la farándula de Televisa y TvAzteca. En queja promovida ante la Secretaria Ejecutiva del INE, Duarte denunció esta "estrategia del Verde" a través de mensajes a través de supuestas cuentas personales de Twitter de Aleks Syntek, Julio César Chávez, Gloria Trevi, Ninel Conde, Raúl Araiza. Inés Sainz, Daniel Bisogno, Jorge Van Rankin, Raquel Bigorra, Kalimba, Galilea Montijo y Danna Paola, entre otros. "Estos mensajes es a todas luces son una estrategia del Verde. Seguramente dirán que son mensajes espontáneos de ciudadanos que simpatizan con el Verde, sólo que casualmente más de 24 personalidades del espectáculo decidieron expresar su supuesta simpatía hacia el Verde y sus propuestas, un día antes de la jornada electoral y en plena veda electoral", expuso en su querrela el dirigente. Duarte acusó al PVEM de violar todas las leyes electorales en esta elección y exigió medidas cautelares para el cese de esta nueva estrategia en redes. "Hemos presentado aproximadamente un centenar de procedimientos legales en contra del partido del tucán. Han sido multados una y otra vez, y sin embargo, en el exceso del cinismo, sabiéndose impunes, y en franco desafío a la autoridad electoral, en plena veda electoral, el PVEM continúa promocionándose", acusó. Nota informativa publicada en el portal de noticias El Informador. Disponible en: <http://www.informador.com.mx/mexico/2015/596373/6/morena-acusa-al-pvem-de-violar-la-veda-electoral.htm> Consultado el 14 de agosto de 2015.

²⁰⁷ **México.**- Representantes del PAN y del PRD arremetieron contra el Director Técnico de la Selección Mexicana, Miguel "El Piojo" Herrera, por hacer un uso electoral del equipo en favor del Partido Verde Ecologista de México (PVEM). Este partido político es el más castigado en la presente campaña por sus constantes violaciones a la ley electoral para sacar ventaja a sus contendientes. Partidos de Oposición y organizaciones sociales han pedido que le quiten el

La regulación de los medios de comunicación en México



Independientemente, de otros actos concatenados, que aunque diga la autoridad electoral que no sistemática, ni obedeció a una estrategia, los hechos refieren otra cosa. El uso de los medios más la distribución de artículos publicitarios²⁰⁸, contraviniendo hasta la última reforma donde se especifica que los artículos utilitarios para la propaganda electoral deben ser con base en los textiles²⁰⁹. Y no pasó nada, según que no hubo violaciones sistemáticas a por parte de este partido²¹⁰.

registro. Esta mañana “El Piojo” tuiteó: “Los verdes sí cumplen. Apoyemos a la selección. No dejen de votar, vamos con los verdes”. Nota informativa publicada el 7 de junio de 2015 en el portal de noticias Zócalo. Disponible en: <http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/el-pan-acusa-ante-ine-al-partido-verde-por-tuit-del-piojo-1433698461> Consultado el 14 de agosto de 2015.

²⁰⁸ El Instituto Nacional Electoral (INE) ordenó al Partido Verde Ecologista de México (PVEM) suspender la entrega de diversos artículos escolares que contienen la leyenda "Verde sí cumple", por ir en contra de la ley electoral. Los artículos en cuestión son mochilas, cuadernos, camisas, sobres y termos. Además, el INE también decidió suspender la distribución de reglas, lápices, plumas, gomas y relojes por ser elaborados con materiales distintos a los permitidos. El INE otorgó 24 horas al PVEM para que cancele el envío de los artículos y pidió pruebas que amparen las acciones tomadas por el partido. El PVEM ya tiene varias denuncias por otorgar artículos en la presente contienda electoral, como boletos del cine e incluso papel para envolver tortillas. Al respecto, el vocero del partido, Arturo Escobar, aseguró a CNNMéxico que ellos no han violado la ley al difundir sus acciones, sino que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) decidió cambiar de criterios. "Para mí no hay objeto más partidista de un partido político, en cualquier parte del mundo, que poder informarle a la gente: de aquello que te prometí, qué hice con la promesa después de que me diste tu voto", dijo Escobar al explicar la campaña de comunicación del PVEM. Nota informativa publicada el 12 de abril de 2015 en el portal de noticias CNN México. Disponible en <http://mexico.cnn.com/adnpolitico/2015/04/12/el-ine-ordena-al-pvem-dejar-de-entregar-articulos-escolares> Consultado el 14 de agosto de 2015.

²⁰⁹ Artículo 209 numerales 3 y 4, del Capítulo II De la Propaganda Electoral del Libro Quinto De los Procesos Electoral de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales vigente. Para efectos de esta Ley se entenderá por artículos promocionales utilitarios aquellos que contengan imágenes, signos, emblemas y expresiones que tengan por objeto difundir la imagen y propuesta del partido político, coalición o candidato que la distribuye. Los artículos utilitarios podrán ser elaborados con material textil.

²¹⁰ El Acuerdo INE CG/301/2015 en el que se discutió la cancelación del registro del Partido Verde Ecologista de México se votó de manera dividida. A favor del retiro de registro votaron los Consejeros Nacionales: Javier Santiago, Roberto Ruiz, Arturo Sánchez y Pamela San Martín. La posición de ésta se encuentra disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=9PSuE1mmyxg> y <https://www.youtube.com/watch?v=alv0-H4J3uE> De fecha 12 de agosto de 2015. Consultado el 14 de agosto de 2015. Votos en el Consejo que representaron de manera conjunta el 36.3 por ciento. El Partido Verde acumuló en el proceso electoral ordinario 2014-2015 597.5 millones de pesos en multas; considerado el partido con mayor multas en la historia electoral reciente en México. Con información de la versión en televisión del portal Notiguía con el periodista Ricardo Rocha. Disponible en:

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Esto es una cuestión de cultura y culturalmente estamos como 50 años desfasados con relación a otras sociedades, a otras democracias. En países avanzados no se requiere de códigos de ética porque su comportamiento tiene que ver con la cultura y ya lo traen de generación en generación

(Los códigos de ética en los medios de comunicación) No funcionan, se tiene que seguir insistiendo en la función de los medios más estrictos, que tuviera una reglamentación jurídica más estricta y en armonía con las normas generales ¿qué pasó con el caso Aristegui?²¹¹ Estiraron el código de ética para donde los empresarios quisieron.

https://www.youtube.com/watch?v=r2lrBFG4j_A Publicado el 13 de agosto de 2014. Consultado el 14 de agosto de 2014.

²¹¹ La ruptura que se dio entre la periodista Carmen Aristegui y Noticias MVS, con quien trabajaba hasta el 15 de marzo, generó impacto en la redes sociales desde el inicio del conflicto, el 10 de marzo, cuando la comunicadora [anunció una supuesta alianza entre la empresa y MéxicoLeaks](#), una plataforma digital destinada a recibir filtraciones de información que permita la denuncia de actos de corrupción e irregularidades por parte de las autoridades. Tras las declaraciones de Aristegui en su programa noticiero matutino, MVS negó la alianza a través de un comunicado aunque reconoció que “la plataforma digital México Leaks, merece todo nuestro respeto. La saludamos, como una iniciativa legítima de la sociedad y le damos la bienvenida como a cualquier otra plataforma”. Los hechos representaron el punto de quiebre en la [ya fracturada relación entre Aristegui y la empresa de radiocomunicaciones](#), ya que no se trató de la primera vez en que la periodistas causa polémica. Aristegui y el código de ética. En febrero del 2011 y tras dos años de encabezar la Primera Emisión del noticiero de 6:00 a 10:00 de la mañana, en MVS Radio, Aristegui fue despedida presuntamente por “transgredir el código de ética de la empresa, al dar rumores como noticias”. Los hechos se dieron luego Aristegui, el viernes 4 de febrero del año 2011 cuestionara en su programa radiofónico: “¿[Tiene o no Felipe Calderón un problema de alcoholismo?](#)”, cuestión que presuntamente causó su separación laboral de la empresa acusando censura. El código al que entonces aludió la empresa, fue llevado por la misma Aristegui cuando se integró a MVS, después de un año de quedar fuera del aire, a raíz de otro presunto caso de censura, esta vez con la empresa WRadio, de Televisa. De acuerdo con reportes sobre el promedio de ratings, tanto de la empresa INRA como de IBOPE, le daban entonces el primer lugar en el horario matutino en ambas emisiones. El noticiero de Aristegui fue líder en audiencias dentro de la radio comercial. Informes internos de la radiodifusora revelaron en ese entonces que [las razones tuvieron que ver con supuestas presiones](#) desde la Presidencia de la República, que era encabezada por Felipe Calderón Hinojosa. El ex mandatario y en la nueva versión de un conflicto entre MVS y Aristegui, Calderón expresó en entrevista para Grupo Fórmula que “hubo señalamientos muy calumniosos, incluso personales, totalmente difamantes pero [mi gobierno respetó escrupulosamente la libertad de expresión](#) y prueba de ello es que la periodista Aristegui permaneció en la empresa donde venía desempeñándose hasta ahora”. Calderón Hinojosa se refirió al reciente conflicto al expresar: “Yo sí hago votos por que se respeten las voces disidentes de todas las personas, respeto la libertad de las empresas, pero México

(Los códigos de ética) Deben ser consensuados entre los dueños y los que la ejercen, que ni los dueños, ni los periodistas puedan violar ese código, no propiciar inequidad en los contenidos de los medios.

El periodista de a pie, puede regirse dentro de su propio código, pero los dueños acuerdan con los actores de primer nivel, el periodista de a pie, lo observa (el código) pero nada puede hacer cuando éste puede ser flexibilizado por los intereses de los dueños, favoreciendo a un actor político de su preferencia.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la correulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Eso ya está. Lo contempla la ley, es parte de los documentos básicos que los partidos deben presentar para obtener sus registros, es más, en el nuevo andamiaje, la nueva ley federal de partidos políticos dice que no pueden ser usados los

necesita contrapesos y compromisos con las libertades". El primer "despido" de Aristegui en 2011 desde la noche del domingo 6 de febrero, luego de que se revelara a través de Twitter la noticia, [cientos de usuarios expresaron su descontento](#) donde en la plataforma de Facebook se creó la red "Apoyo Total a Carmen Aristegui" además de convocar a movilizaciones de protesta para el lunes 7 de febrero del 2011 frente a las instalaciones de MVS. Después de la presión de la opinión pública y tras un arreglo con MVS, Aristegui regresó a su espacio informativo el 21 de febrero del 2011. De nueva cuenta y en una reciente versión del conflicto, el papel de las redes sociales también figura y ahora con más impulso. En un análisis de los últimos 30 días, el alcance del tema Aristegui ha estado presente en las redes sociales y tras el conflicto, se crearon una serie de hashtags en defensa de la comunicadora, mismos que tuvieron impacto en los números. La salida de Aristegui y de parte de su equipo de MVS, significará en el corto plazo un golpe a los ingresos de la división de radio de este grupo ya que al 27 de enero del 2015, MVS Noticias Primera Edición, según cifras de medición de la agencia INRA, [lideraba la audiencia noticiosa de las ciudades](#) de México, Guadalajara y Monterrey, y su periodo con más radioescuchas se ubicaba entre las 8:00 y las 9:00 de la mañana, tiempo en los que la periodista habitualmente divulgó sus informaciones que terminaron por ser golpes periodísticos contra el poder. El noticiero de Aristegui tenía cautivos a tres públicos de distintas edades en la ciudad de México y su zona conurbada, un mercado que supone una audiencia de 18 millones de escuchas y que se disputan 64 estaciones de radio en el valle de México, de acuerdo con estimaciones de la consultora de rating Nielsen-Arbitron. Con información publicada en el portal de internet del diario El Economista, publicado el 20 de marzo de 2015. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2015/03/20/impacto-aristegui-mvs-las-redes-sociales> Consultado el 14 de agosto de 2015.

documentos básicos como lo son la declaración de principios, los estatutos, en los que se contempla los sistemas de justicia intrapartidaria, si no tienen el aval de la autoridad electoral.

Lo que se podría hacer aquí es adaptar la norma para que la autoridad electoral haga una revisión exhaustiva de los documentos básicos, para que haya esa complementación entre estatutos y principios de doctrina de los partidos a la norma electoral.

8. Los resolutivos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Todo lo que sucede alrededor de los actores políticos y dan cuenta los medios, influyen en el electorado. Uno, para que haciendo a un lado su indiferencia salgan a emitir su sufragio, o lo que es peor, influye causando desaliento, frustración, al tener la percepción de que todo lo que dicen los medios de su voto, es cierto y no cuenta. ¿Para qué salgo a votar, si mi voto no cuenta?

En ese sentido, hay una gran responsabilidad de la autoridad electoral ante los medios, que sea eficaz en su campaña de promoción al voto garantizando al ciudadano imparcialidad, transparencia, y equidad, pero no como principios huecos, como acciones concretas. El discurso congruente con la actividad de la autoridad electoral. Aclarar lo que están haciendo con un discurso contundente ante los ciudadanos. La eficacia de la autoridad electoral se mide en el grado de participación ciudadana²¹².

II. Competencia. El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.

²¹² El proceso electoral ordinario 2014-2015 en Tabasco concluyó con el segundo lugar en participación ciudadana. En el proceso anterior, se colocó en primer lugar con el 70.8 por ciento de asistencia de los votantes a las urnas.

1. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

No. Nosotros impugnamos ante el entonces IFE esa regla de 30/70. Creo que todos los partidos como entes debemos tener la misma cobertura nacional y local para la promover sus propuestas. El ciudadano tiene que decir que entre la oferta política que se exhibe en los medios de comunicación con cual se queda, pero con este modelo del 30/70²¹³, no le estamos llegando al ciudadano. Es inequitativo, se beneficia a los grandes (partidos políticos) por ser más grandes y se empequeñece a los más pequeños (partidos políticos) como es el caso de Movimiento Ciudadano.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Transparentar el uso de los partidos, es una medida que muchas veces, es revisada por las autoridades electorales con un carácter discrecional, a muchos partidos se les permite acto violatorios de la norma y por mínimo se les castiga excesivamente con el 10 por ciento sobre el monto estimado de la supuesta falta administrativa, pero ya platicábamos la situación del (Partido) Verde, con el derroche de dinero que hizo si fuese otro partido se le quita el registro por conductas graves y reiteradas; pero como se trataba del (Partido) Verde no pasó nada.

²¹³ La base del artículo 41 constitucional federal establece la regla 30/70 para el acceso permanente de los partidos políticos a los medios de comunicación, radio y televisión, el total de minutos disponibles de los tiempos del gobierno, se distribuyen el 30 por ciento de forma igualitaria y el 70 por ciento conforme a la fuerza política del partido obtenida en la elección.

Las autoridades jurisdiccionales deben implementar medidas correctivas y sanciones efectivas, porque con estas condiciones de impunidad de las que gozó el (Partido) Verde, no se garantiza el uso adecuado de recursos públicos o privados y puedan generar condiciones de igualdad de competencia electoral.

Un ejemplo, nos pasó con nuestra candidata a la presidencia municipal de Centro, Nelly Vargas; a Nelly Vargas la multaron por no reportar un espectacular, uno, que se ubicó en la carretera Villahermosa-Cárdenas; por uno, le establecieron multa por 118 mil pesos contra los actos del (Partido) Verde. En ese sentido, la revisión de los gastos de campaña tampoco es equitativa.

3. Como periodista que ha observado al Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o en todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó el órgano electoral local?

La norma electoral ayuda para que la autoridad electoral ejerza sus funciones como tal, sin embargo, en todo el tiempo, no ha habido reglas claras y precisas como para decir que tenemos lo óptimo, la ley nacional, la (ley) estatal, todas son aplicables, pero aun así no armonizan, porque hay discrepancias entre ellas y muy poco a la autoridad electoral, la meten en conflicto a la hora de tomar los acuerdos respectivos.

El Universal, Diario de Tabasco²¹⁴:

Eduardo del Carmen Hernández Hernández²¹⁵

De acuerdo a su experiencia de vida profesional relacionada con los procesos electorales en el ámbito del ejercicio del periodismo relacionado con el régimen administrativo de derecho sancionador electoral en cuanto a los Procedimientos Administrativos Sancionadores que se resolvieron durante los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012, 2014-2015. Explique las aportaciones o que considere hizo la regulación de los medios de comunicación en el modelo de comunicación política implementado a partir de la Reforma Electoral 2007 a la Calidad de la Democracia en Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación implementada en el modelo de comunicación política de la Reforma Electoral 2007 en México, pero particularmente en Tabasco, cómo la percibió en cuanto a las dimensiones para medir la Calidad de la Democracia que a continuación se mencionan:

- I. **Estado de Derecho.** Los sistemas legales defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Un desarrollado estado de derecho contribuye a la difusión de valores liberales y democráticos. Caso contrario, propicia la baja participación ciudadana. Por tanto.
 1. **¿La regulación de los medios de comunicación producto de la reforma electoral de 2007, redujo las controversias que se suscitaban antes en Tabasco, tratándose de la posible comisión de actos anticipados de campaña?**

²¹⁴ El Universal, Diario de Tabasco cambió a esta razón social, el grupo editorial anteriormente tenía la razón social del Grupo Milenio.

²¹⁵ Eduardo del Carmen Hernández Hernández es Licenciado en Comunicación por la Universidad Olmeca en Tabasco, quien ejerce el periodismo desde el año 1995, cubre la fuente político electoral desde el año 1997, por lo que cubierto informativamente las elecciones en Tabasco en los años 2000, 2001, 2009, 2012 y 2015. Es consultor en materia de comunicación política electoral. Columnista del diario El Universal, Diario de Tabasco. Finalista en el proceso de selección para Consejeros Electorales del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco en el año 2014.

Lo que hizo básicamente esa reforma de entonces, fue combatir el abuso por parte de los partidos en los medios de comunicación y por el otro lado de la mano, inhibir las campañas negras²¹⁶. Ese fue el objetivo.

Si, Limitó el uso indiscriminado de los medios de los partidos políticos que por la ley (antes del 2007) podían contratar los espacios (publicitarios en radio y televisión) y ahora deben ajustarse a los tiempos que tiene establecido o de carácter oficial y del que disponen las entidades gubernamentales en todos los ámbitos, federal y estatal.

Pero, le restó capacidad (a los partidos políticos y a los propios políticos) para promoverse ante el electorado, ya no tienen la fuerza, ni la presencia en medios de comunicación electrónicos, dejaron de saturar los mismos instrumentos de comunicación.

Como periodista, los menos perjudicados fuimos la prensa escrita porque sigues cubriendo esa parte, nada tiene que ver con la campaña publicitaria con la cobertura periodística, esa quedó intacta; tú sigues en tu labor de registrar los actividades de los partidos, los políticos y del árbitro electoral.

La única afectación en materia comercial a la prensa escrita es la obligación por ley de colocar, en caso, de que se te contrate publicidad, ya sea por inserciones de publicaciones, ya sea impresa o como textos informativos, es colocar en el margen de que se trata de una inserción pagada²¹⁷; pero eso estaba ya así desde la antigua regulación.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 fue suficiente para la organización de los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

²¹⁶ Las campañas negras o negativas son aquellas, que contrario a lo previsto en la legislación, en lugar de procurar la difusión de los idearios partidistas y sus plataformas electorales; se recurre en el mensaje transmitido, particularmente, en spots de radio y televisión, al descrédito del contrincante en la contienda electoral, ya sea partido político o el candidato.

²¹⁷ Los gastos en propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos, comprenden los realizados en cualquiera de esos medios, tales como inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares, tendientes a la obtención del voto. En todo caso, tanto el partido o candidato contratante, como el medio impreso, deberán identificarse con toda claridad que se trata de propaganda o inserción pagada. Fracción III, del artículo 194 de la Ley Electoral y de Partidos Políticos del Estado de Tabasco vigente.

De alguna manera, las normó. Estableció orden eso fue lo que sucedió. Estableció toda una estructura reglamentaria, y aquí, los menos favorecidos fueron los mismos partidos y sus candidatos, de todo ese espacio que tiene el gobierno de tiempo oficial, se pone a disposición de éstos, pero lo tienen que distribuir de manera proporcional, preponderantemente de acuerdo a la votación obtenida.

Como lo comenté anteriormente, fue un corte a la capacidad de comprar espacios en medios y decir lo que ellos querían (los partidos y los políticos) a su entero arbitrio, era, recuerda por mandato de ley, emplear el 50 por ciento del presupuesto asignado a gastos de campaña en espacios de radio y televisión.

Por eso lado, limitó la capacidad de los partidos de tener presencia en medios, ante era arbitrario contratar los tiempos, ahora, del 2007 aplicado a los procesos locales, la repercusión o el impacto los tiempos son limitados. No son los que quieren (los partidos y/o los políticos) son los que hay, y se tienen que ajustar a lo que posee el gobierno del estado o el oficialismo para distribuirlos mediante la autoridad rectora, el INE.

3. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir del modelo adoptado en el año 2007, disminuyó la judicialización de los procesos electorales en Tabasco?

No tuvo injerencia en ese aspecto, no es motivo, porque es judicialización, particularmente hablando por la regulación de medios, ya que el catálogo de faltas administrativas y sujetos responsables es más amplia, pero precisando en los medios de comunicación, y más, si es radio y televisión, cuando contratas, contraviniendo la ley, espacios de publicidad, ahí sí, la ley te impide que de manera directa por o terceras personas contratar espacios propaganda electoral, y recientemente, con la modificación 2014, en este apartado, la adquisición²¹⁸, de cualquier modalidad de espacios publicitarios en radio y la televisión.

²¹⁸ Los partidos políticos y los candidatos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Segundo párrafo, inciso g) del Apartado A; del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

4. ¿La regulación de los medios de comunicación en Tabasco es una figura agotada?

Sí.

5. En caso de que faltase un elemento en la regulación de los medios de comunicación en Tabasco ¿Qué debería normarse?

Lo que se tenía que determinar, en materia de acceso a la radio y la televisión en tiempos electorales, ya está determinado, lo que se tenía que decir, ya se dijo²¹⁹. Está claro, una determinación de lo que se puede o no hacer en el uso de los medios electrónicos para difundir las campañas de los candidatos.

Las redes sociales son opción alternativa para tener presencia (por parte de los partidos políticos y los políticos) y cubrir esas limitaciones que impuso la ley electoral.

Pero, pero, no las puedes reglamentar, no las puedes controlar, porque no tienen concesión, no hay figura visible físicamente, las redes sociales las tomas o las dejas, no a quien incriminar solo a partidos, te digo siendo los más perjudicados, desde mi punto de vista, en la regulación en la que nos desenvolvemos.

Hay jurisprudencias de los tribunales, básicamente dicen que no puede caerse en excesos, en el uso de las redes sociales, pero eso es todo, criterios orientadores²²⁰; en la red es difícil establecer temporalidad o a quien

²¹⁹ Para el año 2014, en el Compendio tematizado de jurisprudencias y tesis para el proceso electoral 2014-2015 emitido por el Tribunal Electoral del Poder Judicial, se enlistaban 35 criterios de esta naturaleza emitidos por la Sala Superior en el rubro de Radio y Televisión; sin contar otros relativos a precampañas electorales, campañas electorales, propaganda electoral, libertad de expresión en las que se consideran a los medios de comunicación.

²²⁰ PROPAGANDA ELECTORAL DIFUNDIDA EN INTERNET. PLAZO PARA SU RETIRO (LEGISLACIÓN DE BAJA CALIFORNIA).- Lo dispuesto en los artículos 291, fracción II, 300, 302, 304, 306, 308 y 311 de la Ley de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Baja California conduce a estimar, que el plazo de cuarenta y cinco días para retirar la propaganda electoral, previsto en el último de los preceptos citados, es inaplicable para quitar la difundida a través de internet, pues ésta debe ser retirada en la fecha fijada por la ley para la conclusión de la campaña electoral. Esto se explica, porque en la aplicación de las bases relacionadas con el retiro de propaganda electoral, se debe tomar en cuenta el medio utilizado para su divulgación (oral, impreso, gráfico, electrónico, etcétera) pues las diferencias existentes entre dichos medios facilitan o dificultan esa acción, ya que en algunos casos, es suficiente la voluntad del difusor de la propaganda para que ésta sea suprimida, en tanto que en otros se necesita, adicionalmente, la realización de diversos actos para lograr tal fin. El plazo indicado se

responsabilizar, de ella, como te dije, la decisión de exponerse a esa información es del usuario.

6. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la autorregulación, es decir, la implementación de códigos de ética en los medios de comunicación para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Valdría. Pero no resuelve nada. Los códigos de ética son valores entendidos, donde uno mismo sabe como periodista hasta donde es permisible abordar un tema, sin caer en susceptibilidades, no perder la objetividad como un valor que te dan en la formación y la experiencia en el ejercicio del periodismo.

Un acercamiento, a la ética existe en la formación periodística, en tu universidad; un acercamiento, lo elemental y ya en la práctica profesional, la desarrollas, pero a los medios de comunicación, ya la empresa, poco interés tiene de capacitar a sus reporteros.

El crecimiento profesional para desarrollar tu actividad profesional es motivación personal, no por parte de los medios como empresa, mis estudios académicos especializados a través de las universidades como las Carlos Septién, la Autónoma de Chihuahua, el Tecnológico de Monterrey; te dan herramientas de avanzada sobre el periodismo contemporáneo, digital; también con lo que tiene que ver con la capacidad gerencial como vender la nota, el desempeño jerárquico para determinar una agenda de medios; y eso, cambia tu perspectiva en el

refiere a la propaganda que se coloca en bardas, postes, anuncios espectaculares, etcétera, cuya supresión o recolección exige, además de la voluntad del ente difusor, elementos humanos y materiales como contratación de personas, utilización de pintura y escaleras, entre otros. En cambio, en internet, la información se maneja por conducto de un servidor informático denominado administrador; por tanto, al momento de la contratación de los espacios físicos en el servidor, quien conviene el servicio puede fijar expresamente el tiempo que desea que aparezca la información en internet. Además, las partes pueden acordar que sea el proveedor quien retire la información en una fecha determinada, o bien, que sea el sujeto que contrata el servicio quien lo haga, lo cual evidencia que el retiro de la propaganda no presenta las dificultades que justifican la utilización del referido plazo de cuarenta y cinco días. *Juicio de revisión constitucional electoral. SUP-JRC-233/2004.—Partido Acción Nacional.—17 de noviembre de 2004.—Unanimidad de votos.—Ponente: Mauro Miguel Reyes Zapata.—Secretaria: Karla María Macías Lovera. Disponible en <http://www.te.gob.mx/iuse/tesisjur.aspx?idTesis=XXXV/2005> Consultado el 5 de agosto de 2015.*

ejercicio profesional; pero eso es personal; insisto, a los medios como empresas, no les da por capacitar a los reporteros.

7. ¿Convendría la adopción de otras figuras como la correulación en los partidos políticos, es decir, la implementación de códigos de ética hacia el interior de los partidos políticos para evitar la comisión de falta administrativas que deriven en Procedimientos Administrativos Sancionadores?

Ya está establecido. Desde la misma legislación. Primero porque forma parte de los elementos que deben contar para acreditar el registro como partidos políticos, la cúspide fue la última reforma (2014) hasta una Ley General de Partidos Políticos se constituyó.

Específicamente sobre comunicación política electoral, igual, desde la Constitución hasta los acuerdos de las autoridades administrativas electorales como lo es este Consejo Electoral, pasando por los criterios emitidos por los tribunales; todo está previsto todo, que puedes y que no puede hacer; por eso la reforma electoral 2007 trascendió introdujo desde los conceptos que es precampaña, campaña, propaganda electoral, propaganda gubernamental, etcétera; clarísimos.

Como anécdota, a mí me da risa cuando los partidos político empiezan a proponer la firmar de un pacto de civilidad; es ocioso, una pérdida de tiempo, pura mentalidad mediática, para qué el pacto de civilidad, si en el sexto constitucional²²¹ y las leyes secundarias te dicen hasta donde es permisible la manifestación de ideas, sin violentar, insultar o denostar al contrincante²²², la misma legislación te lo dice; qué necesidad de un código de ética o pacto de civilidad de los partidos políticos, no hay lugar a ello.

²²¹ La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de los terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. Artículo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

²²² Son obligaciones de los partidos políticos: a) Conducir sus actividades dentro de los cauces legales y ajustar su conducta y la de sus militantes a los principios del Estado Democrático, respetando la libre participación política de los demás partidos políticos y los derechos de los ciudadanos; (...) o) Abstenerse en su propaganda política o electoral, de cualquier expresión que denigre a las instituciones y a los partidos políticos o que calumnie a las personas. Artículo 25 numeral 1. Ley General de Partidos Políticos.

8. Los resolutiveos de estos Procedimientos Administrativos Sancionadores ¿incidieron en la participación ciudadana en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Bertruy, Mier y Terán, Priego Tapia y hasta Cabrera Sandoval. Todos estos casos los cubrí. Qué hayan repercutido en la participación ciudadana no; como que haya inhibido la presencia en las urnas, no. Tabasco se caracteriza por ocupar los primeros lugares en votación desde que tengo memoria, no baja del 55 por ciento y ha llegado hasta el 70 por ciento como aconteció en el año 2012.

Lo que sí observo es una mutación en la conducta de los políticos; siempre buscando como darle la vuelta a la ley.

Caso (Humberto De los Santos) Bertruy, casi tres años de litigios. Fue un exceso en el 2009 y una manera de buscar darle la vuelta a la determinación de los periodos establecidos de precampañas y campañas, embozados en una plataforma consultora, de un bufete jurídico, que prácticamente resolvía como varita de mago, todas las necesidades sociales, pretendió ganar bonos, al violentar los periodos, al final, quedó inhabilitado para contender en ese proceso, luego tomó otro cause a partir de las instancias jurisdiccionales; lo exime de todos esos elementos acusatorios porque ya se había rebasado el tiempo, al final la sanción fue mínima. Se hace una enmienda y se le exculpa pero ya es un criterio que se estableció de interpretación de los órganos jurisdiccionales. Pero de que fue un exceso, fue un exceso; precisamente, por la acreditación de la compra de medios bajo la razón social del bufete jurídico; un profesional del derecho que ofrece servicios gratuitos y arrancó una campaña publicitaria previo a la selección de candidatos, por cierto, millonaria.

A parte todo lo que se publicó como parte de la cobertura informativa propiamente dicha en la que opinaba de su partido y del proceso de selección del candidato a alcalde de Centro.

2012; ya no recurren a la compra de espacios en radio y televisión, ni en periódicos, ni espectaculares; eso con Bertruy quedó demostrado que no funciona; ahora en los casos, (Jaime) Mier y Terán (Suárez) y (Gerardo) Priego Tapia; cambian la estrategia.

El primero la que se promociona es una asociación civil (Isabel De la Parra de Madrazo) cuyo presidente es Mier y Terán; pero para hablar de los beneficios de la asociación, sale en todos los spots de radio y televisión en los que se hizo acompañar de celebridades del espectáculo; reparte artículos utilitarios con la caricatura de su persona.

En tanto que (Gerardo) Priego Tapia, se convierte en el conductor de un programa radiofónico y para promocionar al programa coloca espectaculares en las paradas de los camiones; en la que se destaca su foto.

(Francisco Javier) Cabrera Sandoval, ahora, usa lo que le permite la ley en su calidad de funcionario público, publicitar su informe como diputado

Independiente, de la discusión en los casos judiciales; lo que percibo desde la comunicación política es la promoción de la persona, del político, a través de los medios de comunicación a través de una estrategia de marketing político y en periodos cercanos a los procesos de selección de candidatos de sus partidos. Le van cambiando el sentido, pero la idea central es la misma; buscar como darle la vuelta a la ley.

- II. **Competencia.** El sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos. Dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones. La competencia electoral está ligada con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal ya que la institución que asegurará elecciones limpias y justas es un independiente comité electoral.
1. **¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 favoreció a la competencia electoral entre los partidos políticos en los procesos electorales locales de 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?**

Es ficticia; porque a mi entender al establecer los periodos de precampaña y campaña en la ley, desde mi óptica, es determinar límites de esos periodos, no puedes hacer campaña, así de sencillo, sin embargo, la ley, porque así lo determina el constituyente, lo acota al tiempo que inicia o circunscribe al inicio del proceso electoral, dice que inicia la veda electoral no puedes incurrir en actos de precampaña y campaña, es una volada de los partidos a través de sus grupos parlamentarios en los congresos determinar esa situación, que ya no le compete al árbitro electoral, no tiene esa atribución.

Como analista político así lo veo, antes estuvo abierta, y ahora la ley secundaria, la Legipe,²²³ y las particulares de los estados; los actos anticipados de campañas inician en el proceso electoral, lo cual es perverso y vil porque es una burla a la competencia electoral, a la ciudadanía, porque antes de ese periodo puedes hacer lo que quieras.

En el pasado, antes del 2007, antes de la declaración del inicio del proceso electoral, como por ejemplo, ahora en el proceso electoral ordinario 2014-2015, que la declaración del inicio del proceso fue el 6 de octubre de 2014, podían los políticos hacer arbitrariamente lo que querían, placeare, hablar de mi propuesta porque quiero ser tal autoridad, etcétera; así podías estar hasta años en campaña electoral, de lo acusaban a (Vicente) Fox y se supone que trataban de evitar esas desigualdades.

Ahora, con la actual regulación, no pasada nada, porque como la ley establece que (el político) está impedido para hacer precampaña o campaña desde la declaración del inicio del proceso electoral hasta su conclusión, si seguimos con col ejemplo de este proceso electoral, el inicio como ya vimos fue el 6 de octubre de 2014 y cuando termine en diciembre por la judicialización, en los extremos el último caso judicial se resuelva el 31 de diciembre de este año (2015) y el Consejo Estatal declare la conclusión del proceso electoral; cualquier político a partir del 1 o 2 de enero de 2016 puedes

²²³ Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

iniciar su proselitismo, sin temor a ser vetado o inhabilitado y máxime que se acerca la reelección²²⁴ en el año 2018.

A qué se presta, a que a través del ejercicio administrativo de las autoridades condicionar políticas públicas y en materia de medios, ante la inexistencia de la Ley de Publicidad Gubernamental, negociar con los medios la publicidad de la obra de gobierno.

El 134²²⁵, es claro, todo funcionario público no puede hacerse propaganda con la obra pública, no debe ser visible ni el funcionario, ni el slogan del gobierno, todo el tiempo, solo cuando se trate de los informes de gobierno, y hasta para eso se precisan las condiciones; pero si te pasas como el caso Chiapas y su gobernador²²⁶ porque no hay ley reglamentaria, ni compromiso de la actual legislatura de promulgar la Ley de Publicidad Gubernamental, seguirán ese tipo de arbitrariedades. No hay norma a esa conducta.

²²⁴ La reforma electoral del 2014 estableció que las autoridades electas a partir del año 2015 podrán reelegirse hasta un periodo máximo de 12 años; aplica a presidentes municipales y legisladores locales y federales. Es decir, un presidente podrá reelegirse hasta en cuatro periodos consecutivos, al igual que los diputados locales y federales; toda vez que sus cargos constitucionales son por 3 años, y en el caso, de Senadores hasta por un periodo, debido a que los periodos de éstos son sexenales.

²²⁵ 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, deberá tener característica institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso se propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público. Párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos.

²²⁶ La representación del PRD ante el INE acusó al gobernador de Chiapas, Manuel Velasco Coello, de no cumplir con el mandato de la Comisión de Quejas y Denuncias del Instituto Nacional Electoral mediante el que se le aplicaron medidas cautelares para que se abstuviera de pagar promoción personalizada en medios de comunicación, en este caso, impresos. Por ello, el PRD solicitó a la Comisión de Quejas y Denuncias del INE que imponga las medidas de apremio coercitivas necesarias al mandatario por violentar la disposición que le obliga a no promocionarse en medios de comunicación. El representante del PRD ante el INE, Pablo Gómez, acusó que ayer aparecieron notas pagadas en algunos medios impresos de circulación nacional donde el gobernador de Chiapas promueve su imagen. En días pasados, el Instituto Nacional Electoral dictó medidas cautelares contra el gobernador de Chiapas debido a promoción personalizada en diversos periódicos, pero también en las cadenas de radio y televisión en esa entidad. Con esta medida desde el pasado 25 de diciembre se suspendería o bajaría la información sobre Velasco, lo que no sucedió, pues ayer lunes aparecieron notas pagadas del mandatario en algunos periódicos de circulación nacional. Nota informativa de Alejandro Peláez publicada en la versión digital del diario Crónica. Disponible en <http://www.cronica.com.mx/notas/2015/876471.html> Consultado el 5 de agosto de 2015.

2. ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 transparentó el uso del financiamiento público empleado en los procesos de precampaña en los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en el estado de Tabasco?

Es una obligación del órganos electoral y de los partidos no incurrir en de peculado electoral, puesto que hay los órganos técnicos de fiscalización del IEPC, aunque ya no le compete ese tema, pues debe hacer esa figura, máxime que el INE asumió toda la facultad fiscalizadora con todos los recursos ya con esquemas de convenio con la misma Secretaría de Hacienda y Crédito Público donde todas las compras de bienes y servicios deben estar registrados en línea a partir de la facturación electrónica, el registro de proveedores que integró para establecer que empresas de bienes y servicios cubren con el perfil para ser consideradas como una empresa acreditada y con ellas hacer sus intercambios comerciales, esas son las opciones; aquel proveedor con el que quiera contratar el partido su propaganda utilitaria no lo puede hacer, si no está inscrito en el padrón de proveedores del INE, tan sencillo como eso.

3. Como periodista que ha observado al Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana en algunos o en todos los procesos electorales 2009, 2012 y 2015 en Tabasco ¿La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007 contribuyó al cumplimiento de los principios rectores de la función pública de Estado que desempeñó el órgano electoral local?

Si hubo aplicación de la norma que viene de la legislación, no se pueden salir, a eso se apega el árbitro electoral y los partidos políticos, pero con todo cariño y respeto, amiga, cuidando las proporciones y la formalidad de este acto; a partir del 2007, las reformas hasta el 2014, cada vez reducen a al órgano electoral de Tabasco, al igual que el de los otros estados, insisto, sin restar la relevancia de esta actividad, los han reducido a tramitadores, a una especie de ventanilla única para la realización de trámites de cualquier dependencia burocrática.

Quinta descripción: La conducta política-social

El modelo de comunicación política implementado en la regulación de medios prevista en la Reforma Electoral 2007, desde la perspectiva de los medios de comunicación, funcionó en el sentido que normó situaciones que se estaban dando en los procesos electorales. Por una parte, garantizó el acceso a los medios de comunicación, particularmente a la radio y la televisión, a los partidos políticos; aunque reflexionan que el principio de equidad se cumplió, pero no necesariamente, se salvaguardó el principio de igualdad; porque persistió la misma demanda de cuando se estaba en el modelo de compra de espacios publicitarios. A los partidos políticos de mayor fuerza electoral, les corresponde mayor número de spots y los partidos políticos de menor votación, por ese indicador, se le siguen asignando menor presencia.

En cuanto a las coberturas informativas, los medios de comunicación reaccionaron de diversas maneras. Por una parte, hubo quienes diseñaron mecanismos de protección y se hicieron de documental privada, que en caso de serles requeridas por ser requeridos por la autoridad electoral en algún momento que se promoviera un procedimiento administrativo, tener elementos de prueba para construir lo que sería su defensa y evitar ser sujetos de sanciones si eran señalados por el principio de equidad.

El extremo de la reacción de los medios de comunicación, fue la autocensura, tras experiencias en que los periodistas eran requeridos por la autoridad electoral para que comparecieran para aclarar la posible comisión de una falta administrativa electoral en donde tenían que comprobar que la publicación o transmisión de notas informativas y entrevistas se circunscribían a su ejercicio periodístico, así como la larga cadena impugnativa, en los casos en que los procedimientos administrativos llegarán hasta la Sala Superior, ahora hasta la Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, derivó que para el proceso electoral ordinario 2014-2015, algunos medios optaron por el cierre total de espacios en noticieros a los partidos políticos y sus candidatos, y otros, el tratamiento de la noticia fuera en términos genéricos y focalizados a la actividad de la autoridad electoral.

Los medios de comunicación convergieron en adolecerse de la falta de instrumentos de medición como el monitoreo que realizaba la autoridad electoral local, y que, por la reforma electoral 2014 pasó a ser atribución del INE, debido a que el monitoreo también constituía una herramienta para demostrar que su actuación en los

La regulación de los medios de comunicación en México



procesos electorales era el correcto. Aunque el monitoreo sí lo realizó el INE, lamentaron que fuera una muestra en la que no estaban incluidos todos los medios, pero tampoco se les proporcionó.

De la judicialización de los procesos electorales, los medios de comunicación observaron que si hubo una reducción en los casos, fue imperceptible. En primera, las controversias de los partidos no solo son por la supuesta actuación inequitativa de los medios de comunicación, y en los casos, en que se involucró a medios de comunicación, la queja fue recurrente por la presencia de políticos en los medios en tiempos de precampañas y campañas electorales contraviniendo la norma, pero aducen que son los políticos los que producen la noticia; pero en lugar de cerrarse como ellos, los políticos siguieron explorando novedosas formas para hacer presencia en los medios.

Los medios de comunicación observaron cómo desde el año 2009 se usó una campaña publicitaria de servicios profesionales, luego en el 2012, a asociaciones civiles y fundaciones, y finalmente, la difusión de informes legislativos en el 2015; en todos estos casos iniciaron los políticos con actividades supuestamente de orden civil, por su interés con las causas sociales o por el cumplimiento de sus funciones públicas, pero derivaron en casos judiciales.

Con relación al año 2015, los medios de comunicación coinciden en que los políticos se cuidaron de no aparecer en ellos, sin embargo, percibieron que hubo incluso el diseño de estrategias en la que obligaron a los medios de comunicación electrónicos a atraer temas para incluirlos en sus agendas de trabajo que primero fueron viralizadas en las redes sociales. De igual forma, consideran que las controversias entre partidos que se llevan al litigio pudiera ser una estrategia de posicionamiento, para que, una, se hable de ellos en los medios, y otra, llegar hasta neutralizar al competidor si se le encuentra responsable de una infracción administrativa al no alcanzar ni el registro en la contienda electoral como sanción.

Los medios de comunicación son coincidentes en que ya no debe haber más cambios a la regulación de medios, en caso de haberlos proponen que la regulación alcance a los medios impresos, éstos son indiferentes al tema porque gozan de mayor

libertad que sus similares de radio y televisión; o también que se regrese al viejo esquema de compra de espacios publicitarios.

También son consistentes en que de enfrentar una nueva reforma a la regulación de medios, que sea en cuanto a precisar los contenidos para eliminar elementos subjetivos sobre la calificación de las notas informativas y entrevistas que realizan y transmiten en caso de ser involucrados en los casos judiciales; así como observar el fenómeno de las campañas negras o sucias, porque la regulación de medios se justificó en moderar esa conducta y la misma persistió tanto para la publicidad como en las notas informativas y las entrevistas.

Otra postura es que tanto en el tema de publicidad como de contenidos la regulación de medios claros en sus definiciones de propaganda electoral y sus contenidos, que lo único que se requiere es cumplir estrictamente la norma.

De los modelos de autorregulación y corregulación, los medios de comunicación dijeron ser proclives a ellos, las objeciones son en cuanto a la implementación de códigos de ética para los periodistas deben ser observados, pero el periodista en función de reportero puede comprometerse y cumplirlos, pero, no hay garantías con los empresarios, los dueños de los medios para los que trabajan por la naturaleza comercial.

Pero en el supuesto de que se avanzara en este tema, la otra cuestión, que autoridad supervisaría el cumplimiento de los códigos de ética.

Como un ejemplo de la conducta ética de los medios de comunicación, en lo particular por parte de un proceso de autocrítica de un medio, ofreció el comportamiento de los periodistas y sus empresas con relación a los audios-escándalos.

Otro ejemplo en ese sentido, es la polarización de los medios de comunicación por identificaciones con el político ya sea por compatibilidad ideológica, por intereses no muy especificados de índole comercial o político o simplemente por sentirse cómodos unos con otros, pero dependiendo del medio de comunicación transmite o publica al político, y en correspondencia, dependiendo del político elige con medio de comunicación transmitir o publicar.

La regulación de los medios de comunicación en México



En el caso de los códigos de ética de los partidos, los medios de comunicación, reconocen que existen porque es un requisito para ser partido político, desde su óptima, no se aplican; aquí, hay un reclamo de los medios de comunicación hacia los políticos en el sentido que son ellos los que generan las noticias, y a sabiendas de las prohibiciones en la norma, se las siguen ingeniando para continuar apareciendo en los medios, y al final, los reclamos públicos y legales, recaen en ellos.

En cuanto al tema de la transparencia en el uso del financiamiento público, los medios de comunicación son poco optimistas, porque aunque le reconocen que son adecuados las figuras y los mecanismos diseñados en la norma para fiscalizar a los partidos, persisten en algunos la duda, sobre la inversión que no se declara en medios impresos, del uso de recurso público como alegato recurrido en las recientes quejas (en el año 2015) contra funcionarios públicos o en la elaboración y ejecución de estrategias de redes sociales para catapultar temas a los medios electrónicos e impresos.

Sobre si los procedimientos administrativos inciden en la participación ciudadana, los medios de comunicación difieren, unos por no tener elementos tangibles para dictaminar sobre los efectos de estos casos en la opinión pública, en tanto, otros, aseguran que el ciudadano sí toma en cuenta lo que se dice en los medios de comunicación, a tal grado, que puede definir si acude a las urnas o no.

Los medios de comunicación estiman que la autoridad electoral local cumplió en los términos establecidos en la ley sus funciones. Sin embargo, la consideran acotada y permisiva.

Sobre el acotamiento de la autoridad electoral local, los medios de comunicación la atribuyen a dos aspectos: la reforma electoral 2014 la redujo a su máxima expresión al quitarle facultades y delegarlas en el órgano central, el INE, la metáfora que favorece esta visión es la de ventanilla única para la recepción de trámites, de tal manera que perdió fuerza coercitiva y que derivado de las estrategias de los partidos políticos, las presiones que estos provienen particularmente cuando se trata de resolver los procedimientos administrativos y en los que están involucrados medios de comunicación, se tensan las relaciones.

La experiencia de mayor tensión a decir de los medios de comunicación se vivió en el proceso electoral ordinario 2014-2015, cuando medios de comunicación y la autoridad electoral casi nulificaron el flujo de comunicación.

La preocupación de algunos de los medios de comunicación con relación al proceso electoral ordinario 2017-2018, es el escenario del acatamiento del artículo 134 de la constitución mexicana sobre la publicidad gubernamental, la tentación del uso del recurso público a favor de futuros candidatos frente a la figura de reelección que opera a partir de ese año.

6.4. Efectos de la comunicación política

El establecimiento de un modelo de comunicación política mediante la regulación directa de los medios de comunicación en los procesos electorales mexicanos a partir del 2007 que se mantiene en constante adopción y adaptación, que tiene sus efectos funcionales y disfuncionales en los mensajes, la propaganda electoral y la conducta política-social con relación al cumplimiento de la norma y su relación con los conceptos y principios democráticos. A manera de aproximaciones sobre esos efectos desarrollamos el siguiente apartado con base en los datos obtenidos en el capítulo anterior.

6.4.1. Funciones

6.4.1.1. Los mensajes

Principio de legalidad

Los procesos de producción de mensajes en las coberturas informativas de los políticos en periodos de procesos electorales, mutaron. Mientras que el proceso electoral ordinario 2009 en Tabasco existió un exagerado uso de los medios de comunicación, radio y televisión, para expresar las intenciones de los políticos sobre sus aspiraciones a cargo de elección popular, para el año 2012, disminuyeron considerablemente. De 77 notas revisadas para el primer caso judicial en el año 2009, se llegó a una en el año 2015. Los políticos aprendieron a hacer menos uso de la cobertura informativa.

La producción de los mensajes evolucionó, mientras que en el año 2009 prevalecieron los textos centrados en la figura del político y sus cualidades; para el año 2012, se diseñaron mensajes que si bien es cierto también hablaron de las intenciones de los políticos y sus virtudes, hubo una mayor preocupación por la presentación de propuestas que le sirvieran posteriormente como fundamentos de los que podría ser una plataforma electoral y hasta un plan de gobierno.

También en cuanto a la producción de los mensajes, se estilizó la presentación de las virtudes de los políticos, se buscó el equilibrio entre las cualidades como persona, como funcionario y como militante de un partido.

De tal manera, que un mensaje inicial como el que emitió De los Santos Bertruy centrado en su nombre e imagen personal y en la oferta de servicios profesionales gratuitos evocando al paternalismo²²⁷ de los ciudadanos, se transformó, aunque

²²⁷ Cfr. Paternalismo a la mexicana 2.0 del profesor de la Universidad Iberoamericana, Oscar Sandoval Sáenz y comentarista de TV Azteca publicado el 15 de diciembre de 2015 en el portal de la revista Newsweek. Disponible en: <http://nwnoticias.com/#!/noticias/paternalismo-a-la-mexicana-20> y del que se reproducen fragmentos: Aunque sorprenda o nos sea más fácil culpar al enemigo público número uno, es decir, los políticos (afiliados a cualquier partido, preferentemente si están en el gobierno), la realidad es que el principal reto de México somos los mexicanos. La afirmación anterior es posible si partimos de una simple premisa: al final del día, la quincena, el año y, principalmente, del sexenio, somos usted y yo, ciudadanos que trabajamos en construir nuestro día a día (a veces, a pesar del gobierno en turno), quienes seguimos aquí, quienes realmente importan.

A lo largo de la historia de México hemos sido cómplices silenciosos del llamado paternalismo, que la Real Academia Española de la Lengua define como la “tendencia a aplicar las formas de autoridad y protección propias del padre en la familia tradicional, a relaciones sociales de otro tipo; políticas, laborales”. En lenguaje simple, podemos definir el paternalismo en función de nuestro momento coyuntural. En el pasado reciente, paternalista era aquel que esperaba que el gobierno resolviera todo. En la era de las redes sociales, paternalista es aquel que, como adolescente, busca siempre a quien culpar y el culpable de todo es casi siempre el gobierno.

El proceso de consolidación de la democracia en países como México trajo consigo un sinnúmero de cambios poco evidentes, que no por ello menos importantes. (sic)

En un escenario como el que vivimos los países de América Latina, en especial en México, es difícil determinar el grado de paternalismo, es decir, qué tanto asumimos la parte de responsabilidad pública que nos corresponde como ciudadanos y que no se limita, como se pensaba en años anteriores, a pagar impuestos. Hoy una mayor recaudación de impuestos por parte de los gobiernos no debería de ser lo relevante, sino la forma en la que estos se invierten y el seguimiento que la sociedad le da al uso de recursos públicos.

Efectivamente, y a pesar de la alternancia, vivimos bajo la sombra de partidos políticos y gobiernos corruptos, pero para evitar el costo económico de la corrupción, debemos voltear a ver en dónde está el sol y en dónde estamos parados nosotros, a fin de asegurarnos de que no sea nuestra propia sombra la que esté menguando el desarrollo de nuestro país.

conservó su esencia de la promoción del personal del político aunque en menor proporción, a la presentación de propuestas de interés de la agenda ciudadana como los temas de educación, salud, empleo, inseguridad, jóvenes, mujeres, por citar algunos; seleccionados para públicos objetivos como mujeres y jóvenes, que constituyen desde el proceso electoral ordinario 2009 hasta el proceso electoral ordinario 2014-2015, los principales sectores de la población como clientes electorales.

Los mensajes de los políticos se acercaron más a la difusión de ideas y propuestas a como lo expresa la norma electoral en materia de propaganda electoral y sus contenidos.

6.4.1.2. Propaganda electoral

Principio de Legalidad

La propaganda electoral que se estudió de los casos judiciales se sujetaron a la regulación de medios, en el diseño de los espectaculares y pendones se cuidó la exclusión de las expresiones prohibidas en la norma electoral.

6.4.1.3. Conducta política-social

Principio rectores

El paternalismo a la mexicana es aquel que cree que por culpar a otro, tenemos menor responsabilidad o nos exime por completo. El caso Ayotzinapa es un claro ejemplo de ello, se escuchan muchas voces que demandan la aparición de los 43; pero pocas son aquellas que se cuestionan cómo y por qué hay miles de jóvenes que prefieren morir bajo el amparo del crimen organizado, que vivir bajo el sol de una sociedad y un gobierno que ofrece oportunidades de desarrollo. No son solamente 43, son también aquellos que desaparecieron a estos jóvenes. Si hablamos de inclusión, el 43 debería de ser solamente el principio para darle cara, también, a aquellos que por ausencia de oportunidades han claudicado frente al crimen.

La responsabilidad no es de uno, es de todos, el éxito depende de que cada quien hagamos lo que nos corresponde sin menguar, en acción u opinión, la responsabilidad del otro. Dejemos atrás el paternalismo a la mexicana... mejoremos nuestro bienestar y comprometámonos con nuestra calidad de vida. Consultado el 29 de agosto de 2015.

La regulación de los medios de comunicación en México



La regulación de medios de comunicación hizo aportaciones al Derecho Electoral y a la Comunicación Política, que fortaleció a la autoridad electoral local.

En el área de conocimiento del Derecho, los casos judiciales estudiados y resueltos por la autoridad electoral local generó que al agotarse la cadena impugnativa y llegar éstos hasta el máximo órganos jurisdiccional, la Sala Superior y reciente a la Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial, este órgano emitiera criterios, jurisprudencias y tesis que sirvieron de referencia para el estudio y resolución de casos similares en otras entidades federativas, las más avocadas en este sentido, fue la definición de medios de comunicación, en los que a pesar que la ley solo norma directamente a la radio y la televisión, el Tribunal amplió el concepto hasta los medios impresos y la publicidad exterior como espectaculares y pendones; así como el reconocimiento de la legitimidad de la autoridad electoral local para promover recursos legales que le permitan combatir acuerdos de la autoridad electoral nacional que puedan afectar el proceso electoral local o el cumplimiento de las funciones de la autoridad electoral local como un beneficio al derecho de acceso a la justicia.

Otro acto relativo al acceso a la justicia, fue con la aplicación del Procedimiento Administrativo Sancionador, que con la estandarización de procedimientos abonó al encausamiento de las denuncias de los partidos políticos; ya con la Reforma Electoral 2014, la instauración de la figura de la Oficialía Electoral, reforzó la actuación de la autoridad electoral local.

En Comunicación Política, la autoridad electoral local, implementó desde el año 2009 y que se conservó hasta el proceso electoral ordinario 2014-2015 un modelo de regulación de Publicidad Gubernamental, (aun cuando la iniciativa de Ley permanece sin discutirse y aprobarse) que dio certeza al uso de los recursos públicos en la contratación de la publicidad a emplearse en cumplimiento al mandato legal de la promoción de la participación ciudadana y el voto; misma que provenía del diseño de un proyecto de Comunicación Institucional.

En el área de las Relaciones Públicas, ejecutó estrategias de reuniones informativas con fines de capacitación a medios de comunicación, a las autoridades de los tres órdenes de gobierno (federal, estatal y municipal) y de los tres poderes

(Ejecutivo, Legislativo y Judicial) y a las asociaciones civiles sobre el modelo de comunicación política en la regulación de medios.

Asimismo, desarrollo una metodología cuantitativa para el monitoreo de los espacios publicitarios de los partidos políticos y candidatos en los medios de comunicación durante las campañas electorales que se usó solo en el año 2006 y que sirvió de base para el monitoreo de notas informativas de los precandidatos y candidatos durante el período de precampañas electorales y campañas electorales, dependiendo de la fase que estuviera en desarrollo, que se empleó en los procesos electorales ordinarios 2009 y 2011-2012.

Con la eliminación de la facultad a la autoridad electoral local de efectuar los monitoreos, esos proyectos dejaron de ejecutarse en el proceso electoral ordinario 2014-2015.

Principio de Equidad

La regulación de los medios de comunicación estableció el principio de equidad bajo el modelo matemático 30/70, al garantizar a los partidos políticos por mandato constitucional el acceso permanente a la radio y a la televisión para la difusión de sus mensajes publicitarios con información genérica en años no electorales y con información de su propaganda electoral para los periodos de precampañas electorales y campañas electorales.

El modelo matemático 30/70 consiste en que todos los partidos políticos con registro, aunque fueran de nuevo registro y su primera participación en un proceso electoral; así como con la reforma electoral 2014 que instituyó la figura del candidato independiente, accedan al 30 por ciento del total del tiempo disponible del Estado en las estaciones de radio y televisión. El 70 por ciento restante, se distribuye conforme a la fuerza electoral de cada partido.

En cuanto a la cobertura informativa, motivó a los medios de comunicación a que exploraran mecanismos para observar el principio de equidad en los espacios que se ofrecieron a partidos políticos y candidatos en sus noticieros; así como los políticos cuidaron incurrir en una sobrexposición de sus personas y sus mensajes en los mismos.

La libertad de expresión

La regulación de medios al establecer la prohibición, para que desde particulares hasta figuras jurídicas colectivas, es decir desde el ciudadano hasta la sociedad civil organizada en asociaciones civiles, fundaciones, cámaras empresariales, compraran espacios publicitarios en los que se expresaran manifestaciones que favorecieran a un partido político o candidato, buscó nuevos medios para formular su opinión sobre los políticos, los partidos y las elecciones.

Las redes sociales se convirtieron en la principal fuente de producción de mensajes políticos, de tal manera, que a esta modalidad se le atribuye incluso el triunfo en la elección de gobernador en el estado de Nuevo León a Jaime Rodríguez Calderón conocido como El Bronco.

Cultura cívica

Los modelos de autorregulación y corregulación, definidos estos como la existencia de códigos de ética en los medios de comunicación y los partidos políticos, existen.

En los medios de comunicación tanto hacia el interior de sus empresas están adoptados y desde la autoridad electoral federal antes de la declaración del inicio del proceso electoral, emiten lineamientos generales para el tratamiento informativo en noticieros con el fin de salvaguardar el principio de equidad.

Para los partidos políticos, la emisión de su código de ética forma parte de los documentos básicos que deben acreditar para la obtención de su registro.

Cultura política

La mediatización de los casos judiciales no inciden en los indicadores de participación ciudadana en los procesos electorales ordinarios en Tabasco celebrados desde el año 2009 y hasta el 2015, periodo en el que se ha aplicado el modelo de comunicación política en la regulación de medios. Tabasco se caracteriza por ocupar

los primeros lugares en participación ciudadana en elecciones, el 58.69 por ciento en el 2009, el 70.8 por ciento en el 2012 y el 57.09 por ciento en el 2015; indicadores por encima de la nacional, tazada en el 47 por ciento en el 2015.

Cultura democrática

La regulación de medios de comunicación sí transparentó el uso del financiamiento público, hubo un precandidato sancionado, que producto de la fiscalización en línea que operó el INE detectó el rebase del tope de gastos de precampaña de un precandidato en Tabasco.

Estado Mínimo

La propuesta de minimizar la regulación y maximizar el cumplimiento de la ley.

6.4.2. Disfunciones

6.4.2.1. Los mensajes

Simulación, Burla o Fraude a la ley

Los procesos de producción de mensajes en las coberturas informativas de los políticos en periodos de procesos electorales, prevaleció el posicionamiento del político mediante la difusión de su fisionomía, su nombre y textos, flexibilizando marcos normativos vigentes y al amparo de la libertad de expresión y la protección de derechos fundamentales, los políticos siguieron explorando modalidades para generar noticias que los mantuviera vigentes en los medios de comunicación.

El uso la publicidad de servicios profesionales gratuitos en el año 2009, a la difusión de actividades de presidencias de fundaciones en el 2012, hasta la difusión de informes legislativos en el año 2015; fueron las modalidades para producir noticias por parte de los políticos para seguir insertando en sus textos, sus pretensiones por contender por candidaturas de sus partidos en periodos cercanos a los procesos de selección de los mismos conocidos como precampañas electorales.

6.4.2.2. Propaganda electoral

Simulación, Burla o Fraude a la ley

Si bien es cierto que el diseño de la propaganda electoral que se continuó utilizando en espectaculares y pendones no fue violatoria a la normatividad en su forma expresa, los fines para los que fue diseñado sí; al recurrir a la psicología cognitiva para identificar como percibe el mensaje en el lector-estándar, la propaganda cumplió con sus fines de difundir la imagen del político, por lo que deduce la intención del político por la difusión personalizada.

6.4.2.3. Conducta política-social

Ilegalidad

La disminución de los casos judiciales relacionados con la regulación de los medios de comunicación no aconteció, de hecho, en la reforma 2014, se constituyó la Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación para atender particularmente las quejas relativas al modelo de comunicación política y su regulación de medios.

El abuso de la judicialización de los procesos electorales es visto también como estrategia partidista cuyos fines serían también a través de la mediatización de los casos judiciales asegurar presencia del político en los medios de comunicación, y si se logra un resolutive a favor, buscar neutralizar al contendiente, toda vez, que a partir de la reforma 2014, aunque el candidato haya conseguido el triunfo electoral de ser encontrado responsable de que se favoreció con el uso de los medios de comunicación podría anularse su elección, y con ello, por haber sido sancionado, se le impide participar de nueva cuenta en lo que sería un proceso electoral extraordinario.

Desigualdad

El principio de equidad garantizado en la regulación de medios de comunicación, no implicó que existiera el principio de igualdad; toda vez, que una de las justificaciones de la Reforma Electoral 2007, es que bajo el esquema de compra de espacios publicitarios, los partidos políticos con mayor financiamiento público y privado podían adquirir mayor número de spots y por consecuencia mayor presencia en las estaciones de radio y televisión; así como al circunscribirse esta modalidad a los contratos en particulares, se especuló sobre la adquisición de otros beneficios ofrecidos como servicios adicionales dependiendo de los acuerdos comerciales entre políticos y empresarios de los medios de comunicación.

Por lo que la tendencia es a la búsqueda de instaurar el principio de igualdad, revirtiendo el modelo 30/70 a 70/30, es decir, que se distribuya hasta un 70 por ciento de los tiempos disponibles del Estado en radio y televisión a todos los partidos políticos, candidatos, candidatos independientes en la parte igualitaria y que sea un 30 por ciento el que se asigne por la fuerza electoral.

La intención es cerrar la brecha entre el partido y candidato a los que les corresponde más spots en radio y televisión por su fuerza electoral, entre los que menos tienen; aunque habrá una variante, se estima que será menor a la distancia que actualmente separa a los partidos de menor representación contra los de mayor representación.

La desigualdad también se observa en la transmisión de los spots en periodos de precampañas electorales. La norma dice que los anuncios deben especificar que ese mensaje está dirigido a los militantes del partido que se encuentra en el proceso de selección interna de sus candidatos si se van por la votación directa, pero, en los casos que los partidos políticos eligen otro mecanismo para la elección de sus candidatos, en el que los precandidatos no hacen campaña; éstos no acceden a la radio y a la televisión porque podrían cometer actos anticipados de campaña; mientras que en el primer supuesto es derecho de los precandidatos promoverse en radio y televisión.

De tal forma que, habrían precandidatos que se promocionen en radio y televisión y otros dependiendo del mecanismo de selección de candidatos definido por sus partidos no lo hagan, y al no haber manera de evitar que tanto el militante de un

partido como el ciudadano se expongan al mismo mensaje; los precandidatos que logren ser candidatos se habrían promocionado antes de tiempo del precandidato que no lo hizo.

Autocensura

Debido a que tampoco se puede resguardar el principio de igualdad en la cobertura informativa y movido por el temor de sancionados, los medios de comunicación, radio y televisión, optaron ya para el proceso electoral ordinario 2014-2015 por la autocensura.

Los medios de comunicación, radio y televisión, por carecer de periodistas para asignarle la cobertura informativa a los partidos políticos y sus candidatos, más los candidatos independientes; así como que el tiempo en los noticieros resolvieron, unos cerrar sus espacios y otros cubrir la información en términos genéricos, ambas condiciones para evitar la posible comisión de faltas administrativas que derivaran en sanciones económicas, ya que desde el año 2009, han recibido multas, volviéndose en cifras millonarias.

Además, con la eliminación de la facultad de las autoridades electorales locales para la realización de los monitoreos de las coberturas informativas, su temor a la comisión de faltas administrativas se incrementó pues dejaron de contar con el instrumento de medición que les permitía observar si se encontraban observando el principio de equidad.

Del referido monitoreo al pasar a ser una facultad del órgano electoral nacional, el INE, se verificó con un muestreo que excluyó a varios de los medios de comunicación con cobertura local, por lo que resultó insuficiente para los medios de comunicación en su ejercicio de autoseguimiento en la observación del principio de equidad.

La autoridad electoral local también recurrió a la autocensura debido a que en el proceso electoral ordinario 2014-2015, las relaciones entre los medios de comunicación y la autoridad electoral local alcanzaron su mayor tensión a

consecuencia de la supresión de sus ingresos por la prohibición de espacios publicitarios, la adhesión al modelo de regulación de publicidad gubernamental que también limitó el ejercicio del presupuesto de la autoridad de su publicidad en medios para la campaña de promoción al voto y las resoluciones en la que se les imponía sanciones, pero particularmente, por la falta del ejercicio al derecho de réplica solicitado por la afectación a la honra y reputación, la interlocución directa entre medios de comunicación y autoridad electoral local se redujo a la mínima expresión.

De parte de los partidos políticos hubo un exceso en la solicitud de información amparados en el derecho de petición y el acceso a la información pública, que si bien la autoridad contestó dentro del marco legal correspondiente a través de su Unidad de Transparencia y Acceso a la Información, tuvo que defenderse ante solicitudes que afectaban derechos fundamentales de los funcionarios electorales.

Excesos de la libertad de expresión

La erradicación de la guerra sucia fue una de las motivaciones de la regulación de medios, sin embargo, en la última experiencia del proceso electoral ordinario 2014-2015, cuando PRI y PAN, se denostaron mutuamente contravinieron lo dispuesto en la norma con relación a los contenidos positivos y propositivos en la propaganda electoral. El retiro ordenado por el INE, fue correctivo, no preventivo, aunque generó precedente para observarse en el futuro para la resolución de denuncias en este sentido.

El acotamiento a los ciudadanos, por sí mismos u organizados en asociaciones y cámaras empresariales para la compra de espacios en radio y televisión, se planteó como un incógnita sobre la presunción de violación al derecho a la libre manifestación a las ideas y al dejar el monopolio de los mensajes a los partidos políticos en los medios electrónicos, se observó que el ciudadano recurrió a las redes sociales.

El uso de las redes sociales que pudieran haber hecho que ganara un candidato independiente una elección de gobernador, también tuvo sus extralimitaciones.

En el ejercicio de la libertad de expresión, se emplearon los comentarios escritos, pero particularmente, los llamados memes, entiendo esto como las ilustraciones, fotografías y videos editados desde su base original para adaptarlos con textos y

audios, en cuyas intenciones de ridiculizar a políticos y a la autoridad electoral local, se aproximaron a dañar la honra y reputación.

En otro escenario fue percibido como estrategias para que las noticias que no se podían incluir en la agenda de medios²²⁸, alcanzaran tales dimensiones, obligando a los medios de comunicación a su tratamiento ajustado al ejercicio periodístico pero con la posibilidad de incurrir en faltas administrativas; además abre el terreno especulativo sobre un nuevo entramado de relaciones entre los políticos y los medios²²⁹.

El uso de las redes sociales, en específico del twitter, originó el estudio y análisis de procedimientos administrativos sancionadores.

²²⁸ Sobre este tema en particular, cabe señalar el anuncio que realizó el ex candidato del PRI a la gubernatura de Tabasco en el proceso electoral ordinario 2011-2012, Jesús Alí De la Torre, incluso, antes de que concluyera el proceso electoral ordinario 2014-2015, en un evento masivo, donde expresó que se preparaba para contender en el proceso electoral ordinario 2017-2018, otra vez por el gobierno del estado de Tabasco. “Jesús Alí de la Torre, ex candidato a la gubernatura de Tabasco (2012), confirmó que buscará de nuevo este puesto de elección popular en las elecciones del 2018. El ex presidente municipal de Centro y entonces contrincante del actual gobernador, Arturo Nuñez, hizo estas declaraciones en el Salón Candiles de calle 27 de Febrero acompañado de su muchos simpatizantes. Esta confirmación se da tan solo a unas horas de que el Tribunal Electoral de Tabasco declarara anuladas las pasadas elecciones para Presidente Municipal de Centro. Aunque, cabe mencionar, el evento de Alí de la Torre había sido programado mucho antes de que se supiera oficialmente el resultado del Tribunal” (Téllez, 2015). La información se publicó en el portal de noticias Sibilla Téllez²²⁸, cuyo principal editor es Jesús Antonio Sibilla Téllez, hijo del empresario de la estación radiodifusora XEVT, misma que posteriormente, tuvo como invitado a Alí De la Torre en su noticiero principal, Telerreportaje, el 21 de agosto de 2015. .

²²⁹ Cabe hacer la precisión de este particular, de manera prospectiva, ante los que se pudiera suscitar en la futura elección del 2018, cuando los partidos y los políticos son convertidos en los clientes de los medios de comunicación a como lo define Raúl Trejo Delarbre, cuando los grupos empresariales diversifican sus estrategias para mantener sus relaciones comerciales con los políticos, al revisar los gastos de los partidos en medios de comunicación con referente al escenario antes de la reforma electoral 2007; pero que podría ser que se estuviera ante la presencia de un nuevo fenómeno sobre la conducta de los políticos y los medios de comunicación. “La información oficial señala a qué empresas les pagaron la publicidad los partidos políticos, pero no las frecuencias con las que se difundieron tales anuncios. A menudo los consorcios de comunicación facturan sus servicios de publicidad con razones sociales distintas al nombre comercial de cada medio y a la empresa a la cual ha sido asignada la concesión de cada frecuencia. (sic). Algunos grupos comunicacionales utilizan varias empresas para vender publicidad, de tal manera que a simple vista pudiera parecer que su facturación es menor a la que en realidad han tenido. (sic) Esa práctica no es ilegal pero tiene implicaciones de carácter fiscal y dificulta la posibilidad de identificar con claridad qué consorcio vendió cuánta publicidad en qué emisoras y a qué partidos. (Delarbre, 2010, pág. 254)

Ausencia de cultura cívica

Los códigos de ética no se observan. Con relación a los medios de comunicación el planteamiento quién los sanciona, y la pregunta que se abre es implicaría una regulación de la regulación, lo que es visto ya como un exceso y la petición de los medios de comunicación es flexibilizar la norma.

Los partidos políticos también tienen sus códigos de ética, la idea es que no son observados porque sobre el bien público pesa el interés económico y de grupos de poder.

Deficiencias de la cultura política

Aunque Tabasco se caracteriza por sus altos niveles de votación, la visión es que esa votación por un lado responde a la capacidad de los partidos políticos en recursos financiero, estructura y organización para la movilización de ciudadanos; más que por una respuesta del ciudadano frente a su obligación de acudir al ejercicio de su voto.

Debido a los indicadores sociales en torno a los ciudadanos como la baja instrucción, los niveles de pobreza, el consumo de información política principalmente por la televisión, el gusto por las telenovelas, el desinterés por la lectura diferente a los libros de textos considerados dentro del sistema educativo, son elementos que los hacen vulnerables ante el clientelismo electoral.

Pero la regulación de medios no abonó al grado de decisión al que se refiere la Calidad de la Democracia como la posibilidad de un voto informado y razonado, toda vez que la espotización, la transmisión de 5 spots cada hora en todas las estaciones de radio y televisión, 16 millones en total en el año 2015, con contenidos proclives a la guerra sucia, opacaron esa opción.

Frenos a la cultura democrática

Con base en la última casuística que motivo la presentación de procedimientos sancionadores por la violación del artículo 134 constitucional relativa a la publicidad gubernamental y la difusión de informes legislativos, la preocupación compartida es el escenario en que se desenvolverá el proceso electoral ordinario 2017-2018, ante la

falta de un catálogo de sanciones para el servidor público, de facultades de la autoridad electoral local para sancionar y de la Ley de Publicidad Gubernamental²³⁰ y la aplicación de la figura de reelección.

Sobrerregulación

En contra sentido de la propuesta de Estado Mínimo, está considerar la emisión de nuevas normas como delegar la resolución de los procedimientos administrativos sancionado a los órganos jurisdiccionales y dejar sin efecto esa atribución con la que cuentan las autoridades administrativas electorales tanto a nivel federal como estatal, regular a los medios impresos, los límites y los alcances de la cobertura informativa, las redes sociales y que emita la Ley de Publicidad Gubernamental.

²³⁰ El 26 de agosto de 2015 una comunidad en Facebook denominada Ni un voto más al PRI publicó la relatoría de la compra de publicidad entre Joaquín López-Dóriga y varias Secretarías de Estado y organismos autónomos dependientes de la Presidencia de la República bajo diversas figuras jurídicas bajo la modalidad de adjudicación directa y montos desde los 500 mil pesos hasta los dos millones de pesos. Parte de la denuncia en la red social: En el portal de transparencia están 2 de las empresas personales del periodista que son: ASTRON PUBLICIDAD S.A DE C.V y ANKLA COMUNICACIÓN S.A DE C.V las cuales han recibido cantidades millonarias de las dependencias de Gobierno Federal de México. el periodista López Dóriga en todo lo que va del sexenio del Presidente Enrique Peña Nieto se ha beneficiado personalmente con jugosas cantidades de dinero en las adjudicaciones directas hacia sus empresas, el conductor "con mas rating" en MÉXICO puede obtener ingresos extras a cambio de menciones simples en los mismos programas que conduce asegurando que "México va muy bien". La denuncia estaba acompañada de fotografías tomadas del portal de internet del Instituto Nacional Acceso a la Información Pública del reporte de los contratos. Disponible en: <https://www.facebook.com/NiunvotoalPRI/photos/pcb.786371234808216/786370718141601/?type=1&theater> Consultado el 29 de agosto de 2015.

Capítulo VII. Afectaciones de la Comunicación Política a la Calidad de la Democracia en México

Este capítulo lo desarrollamos con base en el anterior, en el que se pretende efectuar un balance entre fortalezas y debilidades a la Calidad de la Democracia en México como la afectación derivada del modelo de comunicación política que se adoptó con la regulación de medios de comunicación en la Reforma Electoral, que abarca hasta los ajustes efectuados en la reforma electoral 2014.

7.1. Estado de Derecho

Con base en la definición de Estado de Derecho como la existencia de los sistemas legales que defienden los derechos políticos y los procedimientos democráticos; así como la contribución de éste a la difusión de valores liberales y democráticos; y que en caso contrario, de no existir propicia la baja participación ciudadana propuesta por la investigadora Mónica Duhem como dimensión para la medición de la Calidad de la Democracia encuadramos los efectos de la comunicación política.

7.1.1. Principio de Legalidad contra Ilegalidad y Simulación

El principio de legalidad se fortaleció porque en los mensajes analizados hubo una transformación en su contenido que define la intencionalidad del político y de la idea central que pretendió transmitir.

De 77 notas informativas y entrevistas analizadas, la cifra se redujo a una. De la focalización en la promoción personalizada del político, pasó hacia las propuestas para atender los temas de la agenda ciudadana, que es el fin de la norma electoral; además, se apegó a ésta en el diseño de la publicidad en exteriores.

Sin embargo, prevalecieron los intentos de simulación, fraude o burla a la ley, evidenciados más en los procesos electorales ordinarios 2009 y 2011-2012 y explorando otras modalidades para el proceso electoral ordinario 2014-2015.

En todos los procesos electorales ordinarios invocados, en los casos judiciales estudiados, los políticos expresaron abiertamente su intención de participar en la selección de candidatos de sus partidos, en fechas en las que ya estaban llevando a cabo los mismos y cercanas a ellas, y buscaron las estrategias para la consecución de sus objetivos mediante la permanencia de sus imágenes y mensajes en los medios de comunicación, ya sea publicitando servicios profesionales, actividades de asociaciones y fundaciones y la difusión de informes legislativos.

Esta idea la reforzaron con otros elementos de la publicidad como la colocación de espectaculares y pendones, que bajo el análisis de la psicología cognitiva, se aprecia el fin del político de identificar su fisonomía, su nombre y sus virtudes como tal y lo que proponen al lector-estandar.

La adopción del Procedimiento Administrativo Sancionador favoreció por definir sujetos de responsabilidad, causales y sanciones, así como establecer la metodología para la presentación de denuncias hasta la constitución (en el 2014) de un órgano jurisdiccional especializado como garante al derecho al acceso a la justicia, máxime cuando se trata de la organización de procesos electorales para el ejercicio del derecho fundamental del voto que caracteriza a los regímenes democráticos.

Pero, existe la percepción de que se está abusando del Procedimiento Administrativo Sancionador como una estrategia de los partidos políticos a través de la mediatización de los casos judiciales con el fin de mantener al político "afectado" en la noticia y tenga la cobertura informativa que requiere para posicionarse frente al electorado.

Otra estrategia es el sentido de utilizar el Procedimiento Administrativo Sancionador para eliminar al contendiente más fuerte, en el entendido de que si se le encuentra responsable de la falta que se le imputa, podría perder el derecho de registrarse como candidato y en el ajuste al modelo en la reforma electoral 2014, el triunfo del candidato le puede ser nulificado; así como su derecho de competir en una proceso electoral extraordinario.

7.1.2. Cultura cívica contra ausencia de la cultura cívica

La posibilidad de la adopción de modelos de autorregulación y corregulación es real. Los medios de comunicación y los partidos políticos cuentan con sus códigos de ética, la problemática es que no son observados. El periodista por sí mismo acepta el compromiso de regirse sobre un código de ética, sin embargo, hace notar que en el ejercicio de sus funciones de reportero debe ajustarse al criterio empresarial del medio y dada su naturaleza comercial, imperan los intereses económicos sobre los principios del periodismo.

Los partidos políticos en sus declaraciones de principios establecen los valores que habrán de defender, pero en el terreno de los hechos, reconocen que a veces se apartan de sus postulados porque los intereses económicos o de grupos de poder rebasan el interés de lo público.

7.1.3. Libertad de expresión contra autocensura y excesos en la libertad de expresión

Aunado al apartado anterior y al temor de incurrir en la comisión de faltas administrativas que los hiciera sujetos de responsabilidad en los procedimientos administrativos sancionadores y hacerse acreedores a penalidades, para el último proceso electoral ordinario 2014-2015, los medios de comunicación optaron por la autocensura, ya sea cerrando totalmente los espacios a partidos políticos, candidatos y candidatos independiente en sus noticieros, dejándolos sin cobertura informativa de sus actividades proselitistas o simplemente redactando y transmisiones noticias genéricas.

Además, con la prohibición para que los ciudadanos contraten espacios publicitarios en radio y televisión para pronunciarse a favor o en contra de partidos políticos, candidatos y candidatos independientes, los hizo hacer uso de las redes sociales.

Si bien es cierto que a las redes sociales se les atribuye beneficios como el triunfo en la elección de gobernador del estado de Nuevo del candidato independiente, Jaime Rodríguez Calderón, también se cayó en los excesos al amparo de la libertad de expresión al denostar a autoridades electorales, partidos políticos, candidatos y candidatos independiente, en algunos casos, fueron motivo de la promoción de casos judiciales.

También se les relaciona con la posibilidad de estar propiciando un nuevo entramado de relaciones entre los partidos y los políticos con los medios de comunicación, al recurrir a ellas para introducir temas que por su nivel de viralización, deben ser retomados por los periodistas, y con ello, la permanencia del político en sus medios.

7.1.4. Cultura política contra deficiencias de la cultura política

Tabasco se caracteriza por tener una alta participación ciudadana y ocupar los primeros lugares a nivel nacional en este rubro como ya ha quedado precisado anteriormente. Sin embargo, sus características como ciudadano-elector y las condiciones sociales en los que se encuentra inmerso, lo hace susceptible de ser sujeto del clientelismo electoral.

7.1.5. Estado mínimo contra sobrerregulación

El estado mexicano y en consecuencia el estado tabasqueño tiene un entramado legal amplio. Además de la regulación de medios establecida en la Constitución Política de los Estados Mexicanos, La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, sus pares en Tabasco, La Ley General de Partidos Políticos, para su estudio se debe consultar por lo menos, la Ley Federal de Telecomunicaciones, La ley de Imprenta, La Ley de Acceso a la Información Pública, La Ley de Transparencia; paralelamente, están las instituciones encargadas de hacer efectivas estas leyes.

Pero, ante la reflexión de normar nuevas atribuciones a los órganos jurisdiccionales para la atención del Procedimiento Administrativo Sancionar, regular a medios impresos, redes sociales, límites y alcances de las coberturas informativas, al igual, que en el concepto de cultura cívica contra ausencia de la cultura cívica, lo que se requiere es el cumplimiento de la norma.

7.2. Competencia

Con base en la definición de Competencia que dice que el sistema político debe contar con elecciones regulares entre diferentes partidos políticos y que dependiendo del sistema electoral las democracias pueden ser más o menos competitivas en sus elecciones; así como que este concepto está ligado con el acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público y a la responsabilidad horizontal en materia transparencia y rendición de cuentas, ya que la institución que encargada de la organización de las elecciones debe asegurar que sean limpias y justas, y con ello, garantizar que es un independiente comité electoral; propuesto por la investigadora Mónica Duhem como dimensión para medir la Calidad de la Democracia en México es como encuadramos los efectos de la comunicación política.

7.2.1. Principio de Equidad contra Desigualdad

El principio de equidad se estableció plenamente en la regulación de medios de comunicación al garantizar el acceso permanente de los partidos políticos, candidatos y candidatos independientes, a la radio y la televisión, mediante el uso de los tiempos de Estado distribuidos bajo el modelo matemático 30/70. El 30 por ciento igualitario por el hecho de que los partidos políticos cuenten con registro con mensajes genéricos, y en los tiempos de precampañas electorales y campañas electorales, con los mensajes dirigidos a sus militantes y al electorado, respectivamente; y el 70 por ciento en atención a la fuerza electoral tomando como referencia la última elección en la que participaron y los resultados obtenidos en la votación de diputados por el principio de mayoría.

De tal manera, que el modelo 30/70 favorece a los partidos con mayor fuerza electoral sobre los de menor fuerza electoral, porque se le asignan un mayor número de spot a los primeros sobre los segundos, y con ello, no se salvaguarda el principio de igualdad.

La propuesta expresada en el capítulo anterior para alcanzar la igualdad modificando el modelo matemático a 70/30, pretende cerrar la brecha entre a los que

se les asignan mayor número de spots sobre los que no aunque habrá una variante, se estima que será mucho menor a la que ahora existe.

Lo mismo sucede con el acceso al financiamiento público, pues se rige bajo el mismo modelo matemático, por lo que la propuesta de modificar el 30/70 por el 70/30, también aplica a este supuesto.

La desigualdad también se observa en las precampañas electorales, ya que dependiendo del tipo de procedimiento para la selección de candidatos de cada partido, los precandidatos tienen derecho o no a promocionarse en radio y televisión; los que tengan ese derecho se estarían posicionando ante el electorado antes de los que no lo tendrían, toda vez que, aunque se cumpla con la previsión de que el mensaje que emitiría el candidato con derecho a promocionarse está dirigido a militantes de su partido, al momento de transmitir el spot de radio y televisión la reflexión es cómo se evita que se exponga a éste, el ciudadano no militante.

7.2.2. Cultura democrática contra frenos a la cultura democrática

La fiscalización de los partidos políticos tuvo avances significativos, de proyectos de dictamen sobre el ejercicio de los recursos de los partidos que tardaban meses para determinar su adecuado recurso, la implementación de la fiscalización en línea, que puede ser contrastada con el padrón de proveedores que instrumento el INE, hizo la rápida identificación de la observación de la norma y la detección de infractores.

Sin embargo condiciones como las descritas en el concepto de cultura política contra deficiencias de la cultura política, aunado al uso de informes legislativos para la promoción personalizada del político observado en el principio de legalidad contra simulación, fraude y burla a la ley en el apartado de Estado de Derecho, frente la aplicación de la figura de reelección en el proceso electoral ordinario 2017-2018, sin la expedición de la Ley de Publicidad Gubernamental, es compartido el estado de incertidumbre sobre el ejercicio transparente de los recursos públicos destinados a la promoción de la obra pública sin que se emplee para procurar condiciones de posicionamientos a los servidores públicos.

7.2.3. Principio de legalidad contra ilegalidad

La autoridad electoral local se aproxima a la definición de un comité electoral independiente que citado en el inicio, ya que hizo aportaciones sustantivas al Derecho Electoral a la Comunicación Política, se profesionalizó, se especializó; sentó las bases para materializar la regulación de medios en diversos proyectos, sin embargo, el uso excesivo del Procedimiento Administrativo Sancionador por parte de los partidos políticos como una estrategia para mediatizarlos con la finalidad de mantener posicionado a los políticos de neutralizar al contendiente; aunado al excesivo derecho de petición amparado por la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, ya explicados en el capítulo anterior, repercutió en la consolidación de la confianza institucional.

7.2.4. Libertad de expresión contra autocensura

Los aportaciones sustantivas a las que se aludió tampoco tuvo su resonancia en los medios de comunicación, cuya relación con la autoridad se encuentra afectada desde el proceso electoral ordinario 2009, adjudicándosele a la aplicación de la regulación de medios la razón del desencuentro; sin resonancia, con la expresión sistemática de adjetivos calificativos peyorativos y sin hacerse efectivo el derecho de réplica, la autoridad electoral local también se impuso la autocensura; condición que tampoco ayudó en la construcción de la confianza institucional.

Capítulo VIII. Consideraciones finales

Con lo expuesto en los Capítulos VI y VII para tratar de cumplir con el objetivo de esta investigación de apreciar en el modelo de comunicación política implementado mediante la regulación de medios de comunicación en la Reforma Electoral 2007, las afectaciones al Estado de Derecho y la Competencia como dimensiones para medir la Calidad de la Democracia en México; a través de la descripción de la judicialización de los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012 y 2014-2015 en Tabasco, México, se formulan las siguientes descripciones finales a manera de conclusión.

1. El estado mexicano, a partir del año 2008, en que se instauró la Calidad de la Democracia para América Latina como uno de los estándares establecidos por el Programa de Naciones Unidas para los regímenes democráticos de esta región, inició esfuerzos por establecer y aproximarse los supuestos de esta generalización empírica; la Reforma Electoral 2007 es prueba de ello, así como los ajustes realizados en la subsecuente reforma electoral del año 2014.
2. El modelo de comunicación política diseñado a través de la regulación directa de medios, también persiguió ese ideal, a pesar de las condiciones en que se gestó, la falta de democracia deliberativa y la decisión unilateral de los partidos políticos representados en el Poder Legislativo.
3. El modelo de comunicación política ya en su aplicación en Tabasco en los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012 y 2014-2015, contribuyó a la Calidad de la Democracia en las dimensiones propuestas en la investigación.
4. Al Estado de Derecho le aportó desde la emisión de la Reforma Electoral 2007 y sus subsecuentes ajustes, debido a que cumplió con la definición de Duhem de contar con los sistemas legales que defiendan los derechos políticos y los procedimientos democráticos en la redacción de la Ley; así como a materializar conceptos y principios democráticos (ya detallados en los capítulos VI y VII) como :

Legalidad. Cambió paradigmas en la producción de mensajes de los políticos al acercarlos a la esencia de la regulación, la promoción de propuestas y de ideologías sobre la construcción de mensajes encuadrados en la persona de los políticos en evocaciones al caudillismo; y en el derecho electoral, generó instituciones y procedimientos para hacer efectivo el derecho al acceso a la justicia. Los ejemplos la recién constituida Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial, la Oficialía Electoral y el Procedimiento Administrativo Sancionador.

Libertad de expresión. Reforzó espacios para la expresión libre de las ideas de los ciudadanos a través de las redes sociales, al grado de atribuírseles el triunfo de un candidato independiente para gobernador del estado de Nuevo León, en la primera vez que se aplicaba la figura del candidato independiente.

Cultura política. La participación ciudadana se sostuvo a pesar de los cambios de paradigmas en la comunicación de los políticos con el electorado; que apuntala el supuesto de Duhem, de la vinculación entre alta participación ciudadana con un sistema legal que proteja los derechos políticos y los procedimientos democráticos. Como quedó demostrado, en México y Tabasco, lo que sobran son Leyes que consultar.

Estado Mínimo. Coincidente con lo anterior, tanto en México como en Tabasco, existe un sistema legal muy amplio para la organización de procesos electorales, y en particular, para atender los temas relativos a la comunicación política y los medios regulados.

5. A la Competencia le aportó conforme a la definición de contar con elecciones frecuentes, un acceso igualitario a medios de comunicación, al financiamiento público; así como con la responsabilidad horizontal de la institución encargada de la organización de las elecciones que asegurará elecciones limpias y justa, y con ello, ser un independiente comité electoral, los siguientes conceptos:

Legalidad. Fortaleció a la autoridad electoral que está en constante profesionalización y especialización para responder a los escenarios que le presentan para la organización de elecciones.

Equidad. Este principio se asentó con la inclusión en la ley del modelo matemático 30/70 (ya explicado en los capítulos VI y VII) al garantizar a todos los partidos políticos, y en procesos electorales a los precandidatos, candidatos y candidatos independientes, el acceso permanente a la radio y la televisión: Dicho mecanismo para la distribución de los tiempos de Estado para asignar en los medios de comunicación, es aplicable para la distribución del financiamiento público; ambos son prerrogativas de los partidos políticos.

Cultura democrática. En materia de transparencia y rendición de cuentas, la fiscalización de los partidos políticos mejoró sustancialmente; toda vez que el nuevo sistema de fiscalización en línea y la inscripción al padrón de proveedores para poder comercializar con los partidos políticos, ambos operados por el INE, permitió la detección oportuna de un precandidato que rebasó los topes de campaña en el proceso electoral ordinario 2014-2015.

6. El modelo de comunicación política ya en su aplicación en Tabasco en los procesos electorales ordinarios 2009, 2011-2012 y 2014-2015, evidenció los lentos avances, e incluso, resistencias para asentar la Calidad de la Democracia en las dimensiones propuestas en la investigación.
7. El Estado de Derecho como dimensión para medir la Calidad de la Democracia se debilita porque persisten prácticas que la Reforma Electoral y su modelo de comunicación política intentaron erradicar como:

Ilegalidad. Bajo la modalidad de simulación, fraude o burla la ley. Los políticos continuaron explorando modalidades como la publicidad de servicios profesionales gratuitos, difusión de actividades de fundaciones, y finalmente, la difusión de informes legislativos para mantener su presencia en los medios de comunicación.

Ilegalidad. El abuso del uso del Procedimiento Administrativo Sancionador manteniendo sus altos indicadores, estimándose que la recurrencia a éste, obedece ya a estrategias de los partidos políticos, ya sea para que al cometer la falta el político al mediatizarse el caso judicial tenga espacios asegurados en

los medios de comunicación, o simplemente, ante la posibilidad de neutralizar al contendiente lo denuncian para que, en caso de encontrarse responsable de la falta administrativa, pierda el derecho a registrarse o se le cancele el registro al inicio o durante el proceso electoral o al final, se le anule el triunfo si ya pasó la jornada electoral.

Autocensura. Con relación al escenario descrito anteriormente, ante la incertidumbre de estar o no cometiendo una falta administrativa, la incomodidad de que el periodista esté comprobando su inocencia y los altas sanciones económicas en caso de encontrárseles responsable; en el proceso electoral ordinario 2014-2015, los medios de comunicación optaron por la ley mordaza. Sin coberturas informativas a partidos y candidatos, sin invitaciones a sus noticiarios; y en los casos, de menor aplicación de la autocensura, solo noticias genéricas relacionadas con el desarrollo del proceso electoral y el día de la elección.

Excesos de la libertad de expresión. En consecuencia de la autocensura y la libertad que ofrece el uso de las redes sociales, la producción de los llamados memes acompañada de adjetivos calificativos peyorativos, se dañó honra y reputación de los políticos y las autoridades electorales, denostando los ámbitos de acción de cada instituto.

En la investigación, también se captó otro uso de las redes sociales con fines estratégicos para la simulación, el fraude o la burla a la ley, cuando los medios de comunicación observan la colocación de temas en las redes que por su impacto deben ser incluidos en las agendas de los medios de comunicación, con esa justificación, se está anticipando otra modalidad explorada por los políticos para mantener su posicionamiento mediático.

Sobrerregulación. En contra sentido del Estado Mínimo, el sistema legal que solicita la dimensión de Estado de Derecho pareciera que está agotado y la tendencia es la simulación, la burla y el fraude a la ley.

Ausencia de cultura cívica. Avanzar hacia modelos de autorregulación y corregulación tampoco es la vía. Tanto medios de comunicación como partidos políticos cuentan con códigos de ética; pero no se aplican porque los intereses económicos o de grupos de poder, se imponen al interés público.

Deficiencias de la cultura política. El Grado de Decisión, definido en la Calidad de la Democracia, como la existencia de un voto informado y razonado, está acotado en la práctica ciudadana, debido a sus características como sujetos centrales del poder, que los hace susceptibles al clientelismo electoral.

La espotización y la guerra sucia como fenómenos que también se vislumbraron en la investigación, también inciden en la formación del Grado de Decisión.

8. A la Competencia, en cuanto al acceso igualitario a los medios de comunicación y al financiamiento y un comité electoral independiente, le desfavoreció para lograr una dimensión óptima medir la Calidad de la Democracia, la:

Desigualdad. En la distribución de los tiempos de radio y televisión, así como en el financiamiento público. El modelo matemático 30/70, le asigna mayor número de spots y de recursos a los partidos políticos considerados con mayor fuerza electoral, sobre los que no la tienen.

Illegalidad. El abuso de la judicialización; así como los excesos en los derechos de petición de información, bajo el amparo de la información pública, cometido por partidos políticos y actores políticos, debilitó a la autoridad electoral; toda vez que al declarar resoluciones infundadas y contestar por las vías institucionales las solicitudes de petición de información y no mediatizarlos, se percibió como una autoridad permisiva y acotada. Los resoluciones infundadas generan impunidad y abren la posibilidad para seguir explorando simulaciones, fraude y burla a la ley.

Este aspecto se acentuó cuando en el proceso electoral ordinario 2014-2015, la casuística de los procedimientos administrativos sancionadores fue el ámbito de acción de servidores públicos que por la naturaleza de sus cargos, le impide a la autoridad penalizarlos.

Autocensura. Debido a la falta de resonancia de las explicaciones de la autoridad a través de la emisión de su información institucional y al no haber garantías en el ejercicio del derecho de réplica, la autoridad electoral también optó por la autocensura que no abona a los procesos democráticos.

Frenos a la cultura democrática. La preocupación compartida por la autoridad electoral y los partidos políticos en el escenario de la aplicación de la figura de reelección en el proceso electoral ordinario 2017-2018; teniendo como antecedente el uso de la difusión de informes legislativos para la promoción personalizada de los políticos empleado en el proceso electoral ordinario 2014-2015 y careciéndose de la Ley de Publicidad Gubernamental; es la exploración de otras modalidades para seguir haciendo uso de los medios de comunicación y configurando la posible comisión de actos anticipados de precampaña y campaña electoral en detrimento de la equidad electoral.

Visto lo anterior, arribamos a la conclusión de que efectivamente el estado mexicano trabaja en asentar la Calidad de la Democracia, que hizo sus primeros esfuerzos, pero que existen resistencias al cambio de paradigmas; las tareas van dirigidas, desde la perspectiva de esta investigación, a la proyección de acciones en el ámbito cualitativo para la práctica de los conceptos, principios y valores democráticos.

A nivel ámbito académico, la Comunicación Política y la Comunicación Política-Electoral, como áreas de conocimiento ofrecen oportunidades de investigación para hacer aportaciones a la Calidad de la Democracia.

A nivel docencia e institucional, impulsar proyectos educativos que favorezcan en los ciudadanos, el Grado de Decisión; en los medios de comunicación y los partidos políticos desde una perspectiva humanista; basado en competencias como la investigación inteligente, el análisis racional y la inteligencia crítica para que formen sus criterios no solo en el ámbito electoral, si no en lo que implica la participación ciudadana, en el caso de los ciudadanos, y de la naturaleza de sus funciones por parte de los medios de comunicación y los partidos políticos.

En ese sentido, la investigadora integró el grupo Paideia Tabasco, Instituto Humanista cuya figura jurídico-colectiva se encuentra registrada bajo la escritura pública 4698 como sociedad civil, y para el ejercicio de sus fines educativos, está por recibir el registro oficial de la Secretaría de Educación en Tabasco.

Como funcionaria electoral, colaboró desde la Comisión de Organización Electoral y Educación Cívica para la elaboración del Plan Estatal de Educación Cívica del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco²³¹; aprobado por el Consejo Estatal en sesión ordinaria de fecha 31 de julio de 2015 mediante el Acuerdo CE/2015/54. Entre las líneas estratégicas a ponderar son la constitución de su Centro de Formación y Desarrollo Electoral, donde se ofrecerán desde grados hasta posgrados, el archivo de Documentación Electoral y el Observatorio Electoral.

²³¹ Cfr. Documento completo. Plan Estatal de Educación Cívica del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. Periodo 2015-2021. Disponible: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20150731_0OR030B_000054_\(002804_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20150731_0OR030B_000054_(002804_1).pdf)
Consultado el 5 de septiembre de 2015

PARTE IV. Fuentes de información

Capítulo IX. Referencias

9.1. Bibliografía

- Aldret, A. D. (2010). Cultura de la legalidad en México. En J. J. Foresto, *Calidad democrática, formación ciudadana y comportamiento electoral* (Primera edición ed., págs. 149-209). México Distrito Federal: Instituto Federal Electoral y Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Algarra, M. M. (2009). La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación. (F. d. Comunicación, Ed.) *Analisi*, 151-172.
- Álvarez, P. C. (2008). *Teoría de la Comunicación Mediática*. Valencia, España: Tirant lo Blanch.
- Álvarez, Y. G. (2008). *Seminario: "La Nueva Reforma Electoral"*. Villahermosa.
- Angélica Mendieta Rivera, Jorge Luis Castillo Durán, Lizbeth Araujo Salas. (2013). Percepción en imagen pública del gobierno en Puebla: Los ciudadanos opinan. En J. L. Durán, *La realidad de la comunicación política: Relaciones de poder, actores y escenarios emergentes*. Puebla, México: Editorial Fontamara.
- Ball-Rokeach, M. L. (1993). *Teoría de la comunicación de masas* (Quinta ed.). (J. S. Chic, Trad.) Barcelona, España: Paidós.
- Bermudez, S. (2006). *Encuesta Nacional de Lectura* (Primera ed.). México, Distrito Federal: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Bonifaz, F. V. (2008). *Los dueños del Cuarto Poder* (Primera de mayo de 2008 ed.). México, Distrito Federal: Planeta Mexicana S.A. de C.V.
- Bretones, M. T. (1997). Funciones y efectos de los medios de comunicación: los modelos de análisis. En Mar, *La comunicación política mediática y sus dimensiones sociales* (Vol. II, págs. 137-196). Barcelona, España: Universidad de Barcelona. Inédito.
- Brussino, S. (2011). Participación Política. Córdoba, Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.
- Burelo, F. P. (10 de junio de 2010). Opinión. *Tabasco Hoy*, pág. 10.
- Cáceres, J. G. (2007). Definición de comunicación. *Hacia una Comunicología Posible* (pág. 53). Mérida, Yucatán: Gucom.
- Campos, L. S. (enero-julio de 2009). La Teoría de la comunicación: diversidad teórica y fundamentación epistemológica. *Diálogos de la Comunicación*(78), 12.

- Carassale, S. (2005). *Política y Derecho*. México, Distrito Federal: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Académica de México.
- Carranza, C. M. (2005). *Conociendo a los Ciudadanos Mexicanos. Tercera Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*. México, Distrito Federal: Secretaría de Gobernación del Poder Ejecutivo Federal.
- Christlieb, F. F. (2002). *La responsabilidad de los medios de comunicación* (Primera edición ed.). México, Distrito Federal: Paidós Mexicana S.A.
- Cobá, L. G. (junio de 2006). Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio. *Palabra-Clave. Calidad y Responsabilidad en la información*, 29-56.
- Cortés, R. (s.f.). La Comunicación Política. Apuntes para una aproximación teórica. En R. Cortés, *La comunicación política como forma moderna de dominación: del discurso retórico al discurso icónico* (pág. 26). Buenos Aires, Argentina: Universidad de los Andes; núcleo "Pedro Rincón Gutiérrez".
- Delarbre, R. T. (2010). *Simpatía por el rating: La política deslumbrada por los medios*. México, Distrito Federal: Cal y Canto.
- Documentación, S. d. (2007). *Reforma Constitucional en materia electoral*. H. Congreso de la Unión, Centro de Documentación, Información y Análisis. Dirección de Bibliotecas y Sistemas de Información. México: Secretaría de Servicios Parlamentarios.
- Duhem, M. (noviembre de 2006). La importancia de definir un concepto de calidad de la democracia. *El Cotidiano*, 21(40), 58-66.
- Empresarial, C. C. (23 de junio de 2006). El gran camino para México. México, Distrito Federal.
- Ernesto Ramos Mega, L. M. (2008). *Análisis comparativo de la reforma electoral constitucional y legal 2007-2008. Documento de difusión con fines informativos* (Primera ed.). (C. p. IFE, Ed.) México, Distrito Federal, México: IFE.
- Ernesto Ramos Mega, Libia Márquez Labastida y Mariana Sánchez Pérez. (2008). *Análisis comparativo de la reforma electoral constitucional y legal 2007-2008. Documento de difusión con fines informativos* (Primera ed.). (C. p. IFE, Ed.) México, Distrito Federal, México: IFE.
- Escalante, J. C. (mayo-agosto de 2013). Las televisoras vulneran la equidad de la contienda. (C. d. Social, Ed.) *Desacatos, Revista de Antropología Social*(42), 79-102.
- Espíneira, P. E. (2010). *La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento*. Cataluña, España: Universidad de Cataluña.
- Eva Anduiza y Agustí Boch. (2004). *Comportamiento político y electoral* (Primera edición ed.). Barcelona, España: Ariel S.A.
- Figuroa, M. d. (2007). Vigésima Reunión Nacional de Juzgadores Electorales. En T. E. Federación (Ed.), *Causa Abstracta de Nulidad*. Villahermosa, Tabasco.

La regulación de los medios de comunicación en México



- Figuroa, M. d. (2009). *Informe Anual 2008-2009. Resumen Ejecutivo*. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Coordinación de Comunicación Social. México, Distrito Federal: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Flores, F. H. (septiembre de 2011). La comunicación interpersonal como instrumento de la teoría sociológica de Park. *Revista de Comunicación*, 21.
- Foresto, J. J. (2010). La calidad democrática, las reglas y los actores. En J. J. Foresto, *Calidad democrática, formación ciudadana y comportamiento electoral* (Primera Edición ed., págs. 13-56). México Distrito Federal: Instituto Federal Electoral y Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- Freire, P. (1973). *¿Extensión o Comunicación? La Concientización en el medio rural*. Siglo XXI y Tierra Nueva.
- González, O. O. (2000). *Comunicación Política y Opinión Pública*. México, Distrito Federal, México: McGraw-Hill Interamericana.
- González, O. O. (2010). Metodología para el análisis de información político-electoral y la construcción de discursos institucional. *Comunicación Política y Opinión Pública* (pág. 16). México, Distrito Federal: Instituto Federal Electoral.
- Ignacio Méndez Ramírez, D. N. (2008). *El protocolo de Investigación. Lineamientos para su elaboración y Análisis* (Segunda edición ed.). México, Distrito Federal: Trillas S.A. de C.V.
- Latorre, Ó. P. (2012). Algunos porqués cognitivos del análisis semiótico: Una aproximación a las confluencias entre semiótica y psicología cognitiva. *Zer*, 17, 101-117.
- Londoño, A. M. (2008). *Las elecciones de la Prensa: Agenda Informativa y Calidad Periodística* (Primera ed.). (R. H. Proyecto, Ed.) Bogotá, Colombia: Corporación Medios para la Paz.
- Maarek, P. J. (2009). *Marketing Político y Comunicación*. (G. Multinger, Trad.) Barcelona, España: Paidós Ibérica S.A. de C.V.
- Mancinas, R. R. (18 de febrero de 2013). El debate mexicano sobre la reforma de la Ley Electoral a través del mensaje periodístico (Septiembre 2007 y Enero 2008). Contexto y relación con la dinámica electoral-mediática en España. *Razón y Palabra*(60).
- Martín, J. M. (2004). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y tv. *Ámbitos*(11-12), 341-365.
- Martínez, I. J. (2010). Procesos electorales y participación política en poblaciones indígenas. En J. J. Foresto, *Calidad Democrática, formación ciudadana y comportamiento electoral* (Primera edición ed., págs. 407-426). México Distrito

Federal: Instituto Federal Electoral y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

Martínez, O. R. (2003). Apunte de Prensa y Anexas: Sobre Medios, Leyes y Democracia. *razon y palabra*(35).

Mazzoleni, G. (2010). *La Comunicación Política*. Madrid, España: Alianza Editorial.

Mckenzie, R. (2011). Estudio comparativo de la regulación de los medios de comunicación en Francia, Estados Unidos, México y Ghana. *Infojus, Derecho Comparado de la Información*(6).

Mcquail, D. (1988). *De la masa a las perspectivas de la comunicación masiva* (Vol. 21). DÍA-logos de la comunicación.

Medina, H. S. (29 de noviembre de 2005). Comunicación Organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. (J. M. Coello, Ed.) *Revista Latina de Comunicación Social*(60), 13.

Melvin L. De Fleur y Sandra J. Ball-Rokeach. (1993). *Teoría de la comunicación de masas* (Quinta ed.). (J. S. Chic, Trad.) Barcelona, España: Paidós.

Meneses, L. S. (2003). *Análisis de la propaganda impresa en los diarios El Imparcial y Cambio Sonora: contienda por la gubernatura 2003*. Sonora, México: Universidad de Sonora.

Mesa, R. Y. (2007). La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada. *Ámbitos*, 16, 355-365.

Muñoz, M. A. (2007). *Comunicar desde el Gobierno*. Chihuahua, Chihuahua, México: Impresos y Artículos de Publicidad S.A.de C.V.

Nacional, P. A. (20 de abril de 2006). Un peligro para México. México, Distrito Federal, México.

Noticias, A. M. (2014). *Comprando complacencia: Publicidad oficial y censura indirecta en México*. México, Distrito Federal: Ediciones Proceso.

Paoli, J. A. (1983). *Comunicación e Información: Perspectivas Teóricas* (Reimpresión 2004 ed.). México, Distrito Federal, México: Trillas.

Pascuali, A. (2007). *Comprender la Comunicación* (Primera ed.). (E. G. A., Ed.) Barcelona, España.

Pineda, J. (Febrero-Abril de 2000). La regulación de los medios de comunicación: un diálogo abierto. *Razón y Palabra*(17).

Porte, J. M. (2005). Introducción a la Comunicación Institucional. (F. d. Institucional, Ed.) *Perspectivas en Comunicación*.

Portugal, R. R. (28 de junio de 2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. *Revista de Comunicación*, 212-234.

La regulación de los medios de comunicación en México



- Prieto, R. B. (2008). Principios básicos de la Comunicación Institucional. *Segundo Curso de Periodismo* (pág. 87). Cádiz, España: Asociación de Prensa de Cádiz y la Universidad Abdelmaleek Essaadi .
- Ramírez, L. C. (2008). *Así lo viví. Testimonio de la elección presidencial de 2006, la más competida en la historia moderna de México* (Primera ed.). (R. H. C.V., Ed.) México, Distrito Federal: Grijalbo.
- Rendón, J. C. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas* (Segunda edición ed.). México, Distrito Federal: Pearson, Educación.
- Reyes, C. I. (2008). "El Nuevo Modelo de Comunicación Política en la Reforma Electoral 2007". Villahermosa, Tabasco.
- Roberto Hernández Sampieri, C. F.-C. (2006). *Metodología de la Investigación* (Cuarta edición ed.). (N. I. López, Ed.) México, Distrito Federal: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Rojas-Vértiz, R. E. (2008). Seminario: "La Nueva Reforma Electoral". Villahermosa.
- Rota, M. L. (1980). *Comunicación Institucional: Enfoque Social de las Relaciones Públicas*. Quito, Ecuador: Andina.
- Ruiz, E. S. (2004). *Comunicación y Democracia* (Primera ed.). México, Distrito Federal: IFE.
- Schmelkes, C. S. (2012). *Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación* (Tercera edición ed.). México, Distrito Federal: Oxford University Press México S.A. de C.V.
- Serrano, M. M. (1994). *La producción social de comunicación* (Segunda reimpresión de 1994 ed.). Madrid, España: Alianza Universidad Textos.
- Soriano, R. R. (1990). *El proceso de la investigación científica* (Cuarta edición ed.). México, Distrito Federal: Trillas S.A. de C.V.
- Valenzuela, R. A. (26 de febrero de 2013). El futuro de la relación entre medios y poder. (J. J. Herrera, Ed.) *El Correo de Tabasco, VIII*, pág. 4.
- Valerio, J. C. (2011). *¿Para qué reformar? Los impactos de la reforma electoral del 2007 en los procesos electorales en México* (Primera ed.). (I. E. México, Ed.) México, Distrito Federal, México: Fontamara.
- Vázquez, S. d. (julio-diciembre de 2007). Quiebres de un proceso inacabado: mirada a la legislación de la comunicación social en México desde un enfoque sociopolítico. *Comunicación y Sociedad*(8), 193-199.
- Vilchis, M. F. (11 de noviembre de 2010). Raquíto, el gasto asignado a la radio pública en México: Atonal Flores, de RFI. *Semanario de la UNAM*(8), 3.

Weber, M. (1979). *El Político y el Científico* (Quinta Edición ed.). (S. L. Hijos de F. Minucsa, Ed.) Madrid, España: Alianza Editorial.

9.1.1. Tesis

1. Doctorales

Chávez, R. M. (2009). *La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua: Prensa, radio, televisión e internet*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla. Inédita.

Gómez, M.E: (2013). *Prensa y Coacción Criminal: La Espiral del Silencio en los diarios de Tabasco (México) durante 2008 en el contexto Latinoamericanos*. Sevilla, España: Universidad de Sevilla, Inédita.

Vélez, J. M. (2012). *La Comunicación Gubernamental en México: Vinculación del poder político con el poder mediático. Análisis de la problemática actual y perspectiva histórica*. 514. Sevilla, España: Univerisdad de Sevilla. Inédita.

2. Licenciatura

López, D. C. (2013). *Los Enlaces de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México*. (F. d. Sociales, Ed.) Toluca, Estado de México, México: Universidad Autónoma del Estado de México

Preciado, C. F. (2008). *Comunicación Política y Política de Comunicación Organizacional en la PSD del gobierno de Álvaro Uribe Vélez*. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.

Teijeiro, A. R. (2009). *El proceso de comunicación mediática del caso prestige: Efectos sobre la percepción social de la población afectada*. Coruña, España: Universidad de la Coruña. Inédita.

9.2. Documental pública

La Sociedad de la Información

1. Declaración de la sociedad civil a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. Adoptada por unanimidad en Plenaria por la sociedad civil de la CMSI el 8 de diciembre de 2003. Ginebra
2. Declaración de la Sociedad Civil a la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. 18 de Diciembre de 2005. Túnez

Calidad de la Democracia

1. Síntesis de los debates del Seminario Internacional “Democracia, Estado y Ciudadanía en América Latina”; convocado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Unión Europea, El Colegio de México, el Centro de Investigación y Docencia Económicas y la Fundación Este País. El 15 de octubre de 2008. México Distrito Federal

Documentación Electoral.

Disponible en los Departamentos de Comunicación Social, Recursal, y de Archivo y Correspondencia, dependientes de la Presidencia del Consejo y de la Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco; así como en el Archivo General de la Comisión de Radio y Televisión del citado Instituto; los cuales se encuentran en versiones impresas y digitales.

La regulación de los medios de comunicación en América Latina y México antes de la Reforma Electoral 2007.

1. Regulación de los partidos políticos en América Latina. Investigación patrocinada por la Universidad Autónoma de México, el Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral. 24 de octubre de 2008. Análisis comparado de legislaciones en 18 países.
2. Reformas electorales en México: evolución y pendientes. Investigación del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. Mayo de 2010. Relatoría de las reformas electorales en México 1910-2006. La regulación de los medios de comunicación de los años 1973-1997.
3. Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Comparado. Texto oficial del IFE, de fecha Febrero de 2003. Con las reformas publicadas en el Diario Oficial de la Federación 2002, 2003 y 2005.

La Causa Abstracta de Nulidad como la figura recurrida en la judicialización de los procesos electorales en México; previo a la Reforma Electoral 2007.

1. Juicio de Revisión Constitucional SUP-JRC-478/2000, resolutive de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, de fecha 29 de diciembre de 2000.
2. Juicio de Revisión Constitucional SUP-JRC-221/2003 y sus acumulados 222/2003, 223/2003, 232/2003 y 234/2003, resolutive de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, de fecha 29 de octubre de 2003.
3. Juicio de Inconformidad SUP-JIN-73/2006, resolutive del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, de fecha 28 de agosto de 2006. Expresión de Agravios como ejemplo del Recurso Madre. En total se promovieron 376 JIN en todo el país para la impugnación de la elección presidencial 2006.
4. Juicio de Inconformidad SUP-JIN 359/2012, resolutive del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en contra de la elección presidencial del 1 de julio de 2012. La Sala Superior recibió 378 JIN.

La regulación de los medios de comunicación a partir de la Reforma Electoral 2007.

1. Diario Oficial de la Federación, de fecha martes 13 de noviembre de 2007. Primera Sección. DECRETO que reforma los artículos 6o., 41, 85, 99, 108, 116 y 122; adiciona el artículo 134 y deroga un párrafo al artículo 97 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
2. Diario Oficial de la Federación, de fecha lunes 14 de enero de 2008. Cuarta Sección. DECRETO por el que se expide el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
3. Cuaderno de Apoyo “Reforma Constitucional en materia electoral (Proceso Legislativo, 13 de noviembre de 2007)” De la Dirección de Bibliotecas y de los Sistemas de Información de la Secretaría de Servicios Parlamentarios.

4. Estudio sobre la Reforma Electoral 2007. Hacia un nuevo modelo. Compilación publicada por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
5. Administración del tiempo del Estado en radio y televisión para fines electorales. Documento de Difusión con fines informativos. IFE
6. Acuerdo del Consejo General del IFE:
 - a. CG127/2009. Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se ordena la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las campañas federales del año 2009 en los programas de radio y televisión que difundan noticias. Publicado en el Diario Oficial de la Federación, en la primera sección, página 54, de fecha 27 de abril de 2009.
 - b. Proyecto de sugerencia de los lineamientos generales aplicables en los noticieros de radio y televisión respecto de la información o difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos, durante el proceso electoral federal del año 2009.
 - c. CG139/2009. Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se aprueba el catálogo de noticieros que serán objeto del monitoreo de contenidos respecto de las campañas que tendrán lugar dentro del proceso electoral federal 2008-2009.
 - d. CG141/2009. Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se la publicación en distintos medios del catálogo actualizado de las estaciones de radio y televisión, en todo territorio nacional, que participarán en el proceso electoral federal 2008-2009, y en su caso, de los procesos electorales locales con jornada electoral coincidente con la federal, para dar cumplimiento al artículo 62 párrafo 5 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
7. Acuerdos del Comité de Radio y Televisión del IFE

- a. ACRT/008/2008. Acuerdo del Comité de Radio y Televisión del IFE por el que emite un criterio respectivo de las obligaciones de las emisoras de radio y televisión que transmitan su señal desde entidades federativas distintas a aquellos en proceso electoral. Publicado en el Diario Oficial de la Federación en la primera sección en la página 67 de fecha miércoles 23 de julio de 2008.
 - b. ACRT/013/2009. Acuerdo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral por el que se emiten los criterios especiales para la transmisión de los mensajes de los partidos políticos, en ejercicio de la facultad prevista en el artículo 56 del Reglamento de acceso a radio y televisión en materia electoral. Publicado en el Diario Oficial de la Federación, en la primera sección, página 115, del miércoles 1 de abril de 2009.
8. Ley Orgánica 5/1985 del Régimen Electoral General de España.
 9. Decreto 096. Publicado en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco número 24221, Suplemento 6905 B, de fecha 8 de noviembre de 2008.
 10. Decreto 099. Publicado en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco número extraordinario 52, de la sexta época, de fecha 12 de diciembre de 2008.
 11. Decreto 107. Publicado en el Periódico Oficial del Estado de Tabasco número 28266, Suplemento 7190 F, de fecha 3 de agosto de 2011.
 12. Acuerdo del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco:
 - CE/2009/003, de fecha 7 de enero de 2009.
 - CE/2009/005, de fecha 7 de enero de 2009.
 - CE/2009/006, de fecha 7 de enero de 2009.
 - CE/2009/017, de fecha 14 de marzo de 2009.
 - CE/2009/021, de fecha 25 de abril de 2009.
 - CE/2009/022, de fecha 25 de abril de 2009.
 - CE/2009/023, de fecha 25 de abril de 2009.
 - CE/2009/038, de fecha 29 de mayo de 2009.
 - CE/2009/042, de fecha 5 de junio de 2009.
 - CE/2009/045, de fecha 15 de junio de 2009.

La regulación de los medios de comunicación en México



CE/2009/047, de fecha 15 de junio de 2009.

CE/2009/048, de fecha 15 de junio de 2009.

CE/2009/050, de fecha 29 de junio de 2009.

CE/2009/051, de fecha 2 de julio de 2009.

CE/2009/052, de fecha 2 de julio de 2009.

CE/2009/053, de fecha 2 de julio de 2009.

CE/20011/003, de fecha 31 de agosto de 2011.

CE/20011/004, de fecha 31 de agosto de 2011.

CE/20011/005, de fecha 31 de agosto de 2011.

CE/20011/006, de fecha 31 de agosto de 2011.

CE/2011/009, de fecha 31 de octubre de 2011

CE/20011/010, de fecha 16 de noviembre de 2011.

CE/20011/011, de fecha 16 de noviembre de 2011.

CE/20011/014, de fecha 23 de noviembre de 2011.

CE/20011/016, de fecha 14 de diciembre de 2011.

CE/20011/017, de fecha 14 de diciembre de 2011.

CE/20011/018, de fecha 14 de diciembre de 2011.

CE/2011/019, de fecha 14 de diciembre de 2011.

CE/2011/022, de fecha 14 de diciembre de 2011.

CE/2011/023, de fecha 14 de diciembre de 2011.

CE/2012/005, de fecha 31 de enero de 2012.

CE/2012/006, de fecha 31 de enero de 2012.

CE/2012/029, de fecha 27 de marzo de 2012.

CE/2012/040, de fecha 11 de mayo de 2012.

13. m. Informes de actividades de la Presidencia de la Comisión de Radio y la Televisión del IEPC de los años electorales 2009 y 2011-2012.

14. La judicialización de los procesos electorales a partir de la Reforma Electoral 2007

15. Procesos Administrativos Sancionadores identificados como SCE/OR/AGH/001/2009, de fecha 27 de junio de 2009 y sus acumulados

SCE/PE/EACH/008 y SCE/PE/EDDR/010/2009, interpuestos ante el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

16. Acta de la Sesión de Consejo General del IFE en el que se emite el Resolutivo CG31/2010, de fecha 29 de enero de 2010.
17. Recurso de Apelación de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Expediente SUP-RAP-20/2010, de fecha 31 de marzo de 2010.
18. Procedimiento Administrativo Sancionador identificado como SCE/PE/JLGL/003/2012. Caso Mier y Terán Suárez y la Fundación Isabel de la Parra de Madrazo; de fecha 7 de febrero de 2012.
19. Resolutivo del Tribunal Electoral del Estado de Tabasco TET-AP-28/2012-III. Caso Mier y Terán Suárez y la Fundación Isabel de la Parra de Madrazo.
20. Procedimiento Administrativo Sancionador identificado como SCE/PRI/006/2012. Caso Priego Tapia: Propuestas y Soluciones; de fecha 26 de febrero de 2012.
21. Resolutivo del Tribunal Electoral del Estado de Tabasco TET-AP-35/2012-V. Caso Priego Tapia y Propuestas y Soluciones.

Audiencia de Pruebas y Alegatos, SCE/PE/JLGL/003/2012 (Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco 21 de febrero de 2012).

Audiencia de Pruebas y Alegatos, SCE/PE/PRI/006/2012 (Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco 11 de marzo de 2012).

Acosta, A. C. (31 de octubre de 2011). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. (S. d. Estatal, Ed.) Recuperado el 25 de mayo de 2013, de Sesiones de Consejo Estatal: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20111031_0OR300_000009_\(001089_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20111031_0OR300_000009_(001089_1).pdf)

Acosta, E. G. (15 de junio de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. (D. d. Social, Ed.) Recuperado el 14 de noviembre de 2012, de Sesiones del Consejo: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_0OR030B_000046_\(000824_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_0OR030B_000046_(000824_1).pdf)

La regulación de los medios de comunicación en México



Acosta, E. G. (7 de enero de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 8 de noviembre de 2012, de Sesiones: [http://www.iepct.org.mx/sesiones/docs/20090701_0EX0300-000003_\(000714_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/sesiones/docs/20090701_0EX0300-000003_(000714_1).pdf)

Acosta, E. G. (15 de junio de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 25 de abril de 2013, de Sesiones de Consejo: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_0ORD_0300_000048\(000823_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090615_0ORD_0300_000048(000823_1).pdf)

Acosta, E. G. (29 de mayo de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 25 de abril de 2013, de Sesiones: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090529_0EX0300_000038\(000792_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090529_0EX0300_000038(000792_1).pdf)

Acosta, E. G. (2 de julio de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 11 de octubre de 2012, de Sesiones: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090702_0EX0300_000051_\(000831_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090702_0EX0300_000051_(000831_1).pdf)

Acosta, E. G. (14 de marzo de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 25 de octubre de 2012, de Sesiones: [http://iepct.org.mx/docs/sesiones/20090314_0EXTO300_000017_\(000744_1\).pdf](http://iepct.org.mx/docs/sesiones/20090314_0EXTO300_000017_(000744_1).pdf)

Acosta, E. G. (2 de julio de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 11 de octubre de 2012, de Sesiones: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090702_0EX0300_000052_\(000831_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090702_0EX0300_000052_(000831_1).pdf)

Acosta, E. G. (2 de julio de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 11 de octubre de 2012, de Sesiones: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090702_0EX0300_000053_\(000831_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090702_0EX0300_000053_(000831_1).pdf)

Acosta, E. G. (22 de abril de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 15 de octubre de 2012, de Sesiones del Consejo Estatal: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090425/0ORD300_000022_\(000760_1\)\(1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090425/0ORD300_000022_(000760_1)(1).pdf)

Acosta, E. G. (29 de junio de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 13 de mayo de 2013, de Sesiones del Consejo Estatal: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090629_0EX0300_000050_\(000865_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090629_0EX0300_000050_(000865_1).pdf)

Acosta, E. G. (5 de junio de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 13 de mayo de 2013, de Sesiones del Consejo Estatal:

[http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090605_0EX0300_000042_\(000809_2\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090605_0EX0300_000042_(000809_2).pdf)

Acosta, E. G. (25 de abril de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 13 de mayo de 2013, de Sesiones del Consejo Estatal:

[http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090425_0ORD0300_000021_\(000759_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090425_0ORD0300_000021_(000759_1).pdf)

Acosta, E. G. (25 de abril de 2009). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 25 de octubre de 2012, de Sesiones de Consejo:

[http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090425_0ORD0300_000023_\(000761_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090425_0ORD0300_000023_(000761_1).pdf)

Acosta, J. M. (4 de octubre de 2006). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 14 de noviembre de 2012, de Sesiones del Consejo:

http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20061004_0EX0300_0060_001.pdf

Acosta, J. M. (13 de octubre de 2006). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 14 de noviembre de 2012, de Sesiones del Consejo:

http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20061013_0EX0300_0066_001.pdf

Acosta, J. M. (27 de agosto de 2006). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 14 de noviembre de 2012, de Sesiones de Consejo:

http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20060827_0OR020B_0051_001.pdf

Comunicación, P. d. (29 de junio de 2009). Acuerdo CE/2009/048 del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco. *Periódico Oficial, Órgano de Difusión Oficial del Gobierno Constitucional del Estado Libre y Soberano de Tabasco*. Villahermosa, Tabasco.

Durán, M. H. (2012). El proceso electoral ordinario 2011-2012. En D. d. Electoral (Ed.), *Presentación para Presidentes Municipales* (pág. 33). Villahermosa: Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

Estatel, C. (26 de septiembre de 2011). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 10 de octubre de 2011, de www.iepct.org.mx:

[http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20110926_0EX0100_\(001067_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20110926_0EX0100_(001067_1).pdf)

Federación, S. S. (14 de septiembre de 2011). www.te.gob.mx. Recuperado el 16 de septiembre de 2011, de El TEPJF revocó reglamento de acceso a radio y televisión del IFE: <http://portal.te.gob.mx/content/sesi%C3%B3n-p%C3%BAblica-14-de-septiembre-de-2011>

Federación, T. E. (2008). *Calendario Electoral 2009*. Recuperado el 3 de abril de 2013, de www.eleccionesenmexico.org: www.eleccionesenmexico.org/pdf/calendario_electoral_2009.pdf

La regulación de los medios de comunicación en México



Federación, T. E. (abril de 2010). *Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación*. Recuperado el 9 de junio de 2010, de www.trife.org.mx: http://www.trife.org.mx/eventos/pdf/analisis_temas_reformas-electoral2010.pdf

Federación, T. E. (abril de 2010). *www.trife.org.mx*. Recuperado el 9 de junio de 2010, de Análisis de temas para la reforma electoral: http://www.trife.org.mx/eventos/pdf/analisis_temas_reforma_electoral2010.pdf

Figuroa, M. d. (2007). Vigésima Reunión Nacional de Juzgadores Electorales. En T. E. Federación (Ed.), *Causa Abstracta de Nulidad*. Villahermosa, Tabasco.

Figuroa, M. d. (2009). *Informe Anual 2008-2009. Resumen Ejecutivo*. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Coordinación de Comunicación Social. México, Distrito Federal: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Gobernación, C. d. (11 de Agosto de 2010). *www.diputados.gob.mx*. Recuperado el 20 de Julio de 2011, de Seminario de análisis "2010: Los temas críticos de la reforma electoral": http://archivos.diputados.gob.mx/comisionesLXI/gobernacion/seminario2010/es_tenografica_seminario.pdf

Gobernación, S. d. (2012). *encup.gob.mx*. Recuperado el 12 de junio de 2014, de Encuesta Nacional de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2012: http://www.encup.gob.mx/en/Encup/Documentacion_2012

Hernández, J. A. (2014). *Síntesis Ejecutiva de Prensa*. Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, Comunicación Social.

IEPCT. (31 de agosto de 2009). *Sesiones del Consejo*. Recuperado el 24 de agosto de 2011, de www.iepct.org.mx: [http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090831_0EX0500_002009_\(000880_1\).pdf](http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20090831_0EX0500_002009_(000880_1).pdf)

IFE, C. d. (27 de abril de 2009). *Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión*. Recuperado el 13 de noviembre de 2012, de Anexo 1: www.cirt.com.mx/.../0809-sugerencias-lineamientos-noticieros.pdf

Jesús Manuel Argáez De los Santos y Armando Xavier Maldonado Acosta. (30 de junio de 2006). *Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco*. Recuperado el 14 de noviembre de 2012, de Sesiones de Consejo: http://www.iepct.org.mx/docs/sesiones/20060630_0OR0300_0038_001.pdf

Juicio de Inconformidad, EXPEDIENTE: SUP-JIN-73/2006 (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 28 de agosto de 2006).

Juicio de Inconformidad, SUP-JIN/359/2012 (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 30 de agosto de 2012).

Juicio de Revisión Constitucional, SUP-JRC-487/200 (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 29 de diciembre de 2000).

Juicio de Revisión Constitucional, SUP-JRC-120/2001 (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 24 de julio de 2001).

Juicio de Revisión Constitucional, SUP-JRC-508/2006 (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 27 de diciembre de 2006).

Juicio de Revisión Constitucional, SUP-JRC-271/2007 (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 30 de octubre de 2007).

Karolina Mónica Gilas, M. I. (18 de noviembre de 2011). *Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación*. Recuperado el 19 de octubre de 2012, de Centro de Capacitación Judicial Electoral: www.te.gob.mx/ccje/.../investigacion_control_constitucional.pdf

Leonardo Valdez Zurita y Edmundo Jacobo Molina, Acuerdo CG723/2012 (Consejo General del INE 14 de noviembre de 2012).

Mexicanos, E. C. (14 de enero de 2008). Decreto: Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. (F. R. Acuña, Ed.) *Diario Oficial de la Federación*, pág. 43.

Padua, L. G. (2013). *Juventud y Democracia*. Villahermosa, Tabasco: Dirección de Organización y Capacitación Electoral del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.

Quesada, V. F. (10 de octubre de 2002). DECRETO por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de radio y televisión el impuesto que se indica. (S. C. Miranda, Ed.) *Diario Oficial de la Federación*, págs. 12-13.

Ramos, J. A. (2011). *Informe Anual de Labores 2010-2011*. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Coordinación Nacional de Comunicación Social. México, Distrito Federal: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Ramos, J. A. (2012). *Informe de Labores*. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. México, Distrito Federal: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Social, C. (2013). *Síntesis Informativa de Prensa del 28 de mayo de 2013*. Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco, Comunicación Social. Villahermosa, Tabasco: IEPC.

Superior, S. (28 de agosto de 2006). *Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación*. Recuperado el 14 de marzo de 2013, de Turnos y Sentencias: http://portal.te.gob.mx/turnos-sentencias/sistema-consulta?expediente=elecci%C3%B3n+presidencial&op=Buscar&sala=SUP&entidad=0&consecutivo=&desde%5Bdate%5D=07%2F05%2F2006&hasta%5Bdate%5D=09%2F05%2F2006&sites=sentencias_portal&tipo%5BJIN%5D=JIN&anio%5B2006%

La regulación de los medios de comunicación en México



- Tabasco, I. E. (2006). *Compendio Electoral del Estado de Tabasco*. Villahermosa: Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.
- Tabasco, Q. L. (8 de noviembre de 2008). Decreto 096. (S. d. Gobierno, Ed.) *Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado Libre y Soberano de Tabasco*(24221), pág. 28.
- Tabasco, Q. N. (12 de diciembre de 2008). Decreto 099. (G. d. Andrés Rafael Granier Melo, Ed.) *Periódico Oficial, Órgano de Difusión Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de Tabasco*(Extraordinario 52), pág. 159.
- Tabasco, S. L. (2011). *Compendio Electoral del Estado de Tabasco 2012* (Octava edición ed.). Villahermosa, Tabasco: Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco.
- Televisión, C. d. (2008). *Instituto Federal Electoral*. Recuperado el 2 de abril de 2013, de http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Catalogo_de_Medios_Aprobados_CRT/
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, EXPEDIENTES: SUP-JRC-221/2003, SUP-JRC-222/2003, SUP-JRC-223/2003, SUP-JRC-232/2003 Y SUP-JRC-233/2003, ACUMULADOS. (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 29 de octubre de 2003).
- Unión, C. d. (2006). *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*. México, Distrito Federal: Secretaría de Gobernación .
- Unión, C. d. (2006). Título Segundo . En C. d. Unión, *Capítulo I. De la Soberanía y Forma de Gobierno* (pág. 125). México, Distrito Federal: Diario Oficial de la Federación.
- Unión, Cámara de Diputados del H. Congreso de la. (11 de abril de 2006). *Cofetel*. Recuperado el 15 de febrero de 2013, de [www.cofetel.gob.mx](http://www.cofetel.gob.mx/es_mx/Cofetel_2008/Cofe_ley_federal_de_radio_y_televisión): http://www.cofetel.gob.mx/es_mx/Cofetel_2008/Cofe_ley_federal_de_radio_y_televisión
- Unión, H. C. (2004). *Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales*. México, Distrito Federal: Instituto Nacional Electoral.
- Unión, H. C. (2014). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. México, Distrito Federal: Instituto Nacional Electoral.
- Unión, S. L. (13 de noviembre de 2007). Decreto. *Diario Oficial de la Federación*, pág. 10.
- (2008). Ordenamientos Electorales. En I. F. Electoral, *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales* (Vol. Segundo, pág. 42). México, Distrito Federal.
- (2008). Ordenamientos Electorales. En I. F. Electoral, *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales* (Vol. Segundo, pág. 56). México, Distrito Federal.

9.3 Sitios y documentos web

- ¿Son tuyos esos 20 pesos? (26 de junio de 2006). México, Distrito Federal, México.
19, A. (16 de octubre de 2013). *La regulación de los medios*. Recuperado el 16 de octubre de 2013, de Artículo 19: <http://www.article19.org/pages/es/media-regulation.html>
- Acevedo, J. L. (27 de noviembre de 2002). *Instituto Electoral del Estado de Colima*. Recuperado el 13 de marzo de 2013, de Actas y Acuerdos: <http://www.ieecolima.org.mx/acuerdo2002.htm>
- Americanos, O. d. (22 de noviembre de 1969). *www.oas.org*. Recuperado el 10 de septiembre de 2012, de Convención Interamericana de los Derechos Humanos: http://oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Interamericana_sobre_Derechos_Humanos
- Barreto, C. F. (6 de diciembre de 2003). *Noticieros Televisa*. Recuperado el 12 de marzo de 2013, de Velan armas por elección extraordinaria en Colima: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:o8ECP-FLqw0J:www.esmas.com/noticierostelevisa/mexico/330560.html+costo+de+la+elecci%C3%B3n+extraordinaria+de+colima+2003&hl=es&gl=mx&strip=1>
- Bautista, O. D. (2008). *Universidad Complutense de Madrid*. Recuperado el 5 de septiembre de 2015, de Ética y Política: Valores para un buen gobierno: <http://eprints.ucm.es/6972/1/art-%C3%A9ticaypolitica-TI.pdf>
- Camps, V. (22 de febrero de 2010). *La Universitat Jaume I*. Recuperado el 5 de septiembre de 2015, de Democracia y educación ciudadana: <http://eticaydemocracia-uji.blogspot.mx/2010/02/victoria-camps-democracia-y-educacion.html>
- Carbonell, M. (17 de noviembre de 2012). *miguelcarbonell.com*. Recuperado el 12 de junio de 2014, de Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2012: http://www.miguelcarbonell.com/docencia/a_Encuesta_Nacional_sobre_Cultura_Pol_tica_y_Pr_cticas_Ciudadanas_2012.shtml
- Carta de los Derechos Civiles para una Sociedad del Conocimiento Sostenible*. (10-12 de diciembre de 2005). Recuperado el 27 de noviembre de 2008, de http://www.worldsummit2005.de/download_de/Charla-3-espanol.rtf
- Crespo, J. A. (2000). *La elección de la Alternancia. México 2000: La elección de la Alternancia*. Recuperado el 13 de marzo de 2013, de *www.itam.mx*: <http://biblioteca.itam.mx/estudios/60-89/62-63/JoseAntonioCrespoMexico2000Laelecciondelaalternancia.PDF>
- Delarbre, R. T. (abril de 2007). *Wordpress.com*. Recuperado el 28 de julio de 2012, de Mediocracia: <http://mediocracia.wordpress.com/2007/05/02/dinero-eje-de-las-campanas-electorales/>
- Dewey, J. (26 de julio de 2008). *www.gutenberg.org*. Recuperado el 25 de septiembre de 2012, de Democracy and Education: <http://www.gutenberg.org/files/852/852-h/852-h.htm>

- Domínguez, J. M. (25 de agosto de 2011). *Denuncia PRI a Núñez... otra vez*. Recuperado el 25 de agosto de 2011, de [www.oem.com.mx: http://www.oem.com.mx/elheraldodetabasco/notas/n2200692.htm](http://www.oem.com.mx/elheraldodetabasco/notas/n2200692.htm)
- Esquivel, V. (1 de septiembre de 2011). *www.tabascohoy.com.mx*. Recuperado el 1 de septiembre de 2011, de 'Chocan' presidente y secretario del IEPC: http://www.tabascohoy.com.mx/noticia.php?id_notas=220231
- Francesca, A. N. (1789). *www.jurídicas.unam.com*. Recuperado el 4 de septiembre de 2012, de Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano: www.jurídicas.unam.mx/publica/libre/rev/derhum/cont/...pr23.pdf
- González, F. d. (julio-diciembre de 2009). *Universidad de Guadalajara*. Recuperado el 10 de julio de 2010, de Comunicación y Sociedad: http://www.comunicaciónysociedad.cucsh.udg.mx/pdf/cys12_09/2.pdf
- González, H. (7 de enero de 2009). *Medios en México*. Recuperado el 13 de noviembre de 2012, de IBOPE: <http://mediosenmexico.blogspot.mx/2009/01/duda-ibope-sobre-el-monitoreo-de-spots.html>
- Hernández, A. (16 de junio de 2014). *elfinanciero.com*. Recuperado el 17 de junio de 2014, de 42% de los mexicanos no confía en sus autoridades, revela el INE: <http://www.elfinanciero.com.mx/politica/42-de-los-mexicanos-no-confia-en-sus-autoridades-revela-el-ine.html>
- Hernández, B. N. (2014). *IFE*. Recuperado el 17 de junio de 2014, de Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México: http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DECEYEC/DECEYEC-EstudiosInvestigaciones/investigaciones-docs/2014/Informe_pais_calidad_ciudadania_IFE_FINAL.pdf
- Hernández, S. (19 de noviembre de 2008). *Medios en México*. Recuperado el 14 de noviembre de 2012, de Eligen a empresa para el monitoreo de spots: <http://mediosenmexico.blogspot.mx/2008/11/eligen-empresa-para-el-monitoreo-de-los.html>
- Ibarra, M. (17 de agosto de 2011). *www.diariopresente.com.mx*. Recuperado el 17 de agosto de 2011, de Columna "Fax Privado": <http://www.diariopresente.com.mx/hemeroteca/agosto2011/ago170811/P170811/p18.JPG>
- Investigación, F. C. (2011). *Diagnóstico sobre el gasto en Comunicación Social y Publicidad en las entidades federativas*. (O. S. 19, Ed.) Recuperado el 1 de marzo de 2013, de Fundar Centro de Análisis e Investigación: <https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:iA1XR07hzCQJ:www.fundar.org.mx/mexico/pdf/DocP.O.ok.pdf+gastos+en+publicidad+gubernamental+en+M%C3%A9xico&hl=es&gl=mx&pid=bl&srcid=ADGEESh240lt->

THxSIPcwSsoSyziFwx-BHM27ecGLRAk0PU8EYHILYdGuWtoIFglFob43yusHFJQId8zU

- Irazabal, A. L. (junio de 2007). *Reforma al artículo 6° constitucional que establece el acceso a la información pública como un derecho fundamental de los mexicanos*. Recuperado el 6 de marzo de 2013, de www.ifai.gob.mx: <http://inicio.ifai.org.mx/Publicaciones/ModificacionArt6.pdf>
- Jean, E. A. (junio de 2004). *Televisa.com*. Recuperado el 4 de abril de 2013, de www.televisa.com/inversionistas-espanol/475828/codigo-etica/
- Jiménez, A. N. (11 de febrero de 2013). *www.tabasco.gob.mx*. Recuperado el 5 de junio de 2013, de Acuerdo Político por Tabasco: <http://www.tabasco.gob.mx/content/acuerd-pol%C3%ADtico-por-tabasco>
- Karakowski, J. W. (2003). *www.etcetera.com.mx*. Recuperado el 27 de noviembre de 2008, de <http://www.etcetera.com.mx/pag52ne37.asp>
- Lavín, C. (16 de agosto de 2011). *www.tabascohoy.com*. Recuperado el 19 de agosto de 2011, de No arranca la elección y ya van 5 demandas: http://www.tabascohoy.com/noticia.php?id_notas=219174
- López, L. (23 de agosto de 2011). *www.milenio.com*. Recuperado el 14 de septiembre de 2011, de Ignora Congreso leyes del Ejecutivo: <http://www.milenio.com/cdb/doc/impreso/9013629>
- Margarita Sánchez Escobar, R. N. (2007). *Revista del Instituto de Investigaciones Legislativas del Senado de la República "Belisario Domínguez"*. Recuperado el 22 de marzo de 2013, de Legislación de radio, televisión y telecomunicaciones: www.politicayestadoibd.org/SP/recurso.ver.php?cve=4DaC5Npn
- María Cristina Reyes Montes, José Antonio O' Quínn Parrales, Juan Miguel Morales y Gómez, Eduardo Rodríguez Manzanares. (enero-abril de 2011). *Espacios Públicos*. (U. A. México, Editor) Recuperado el 29 de julio de 2015, de Reflexiones sobre la comunicación política: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67618934007>
- Martell, L. (26 de septiembre de 2007). *Revista Mexicana de Comunicación*. Recuperado el 26 de marzo de 2013, de Radiomex.blogspot: <http://radiomex.blogspot.mx/2007/09/para-establecer-una-verdadera-radio.html>
- Mcgregor, J. C. (1978). *Universidad Autónoma de México*. Recuperado el 22 de noviembre de 2012, de Bliobliotecas Jurídicas: biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2107/5.pdf
- México, C. (4 de diciembre de 2013). *Los puntos claves de la reforma política aprobada en el Senado*. Obtenido de CCN México: <http://mexico.cnn.com/nacional/2013/12/04/los-puntos-clave-de-la-propuesta-de-reforma-politica>
- Molina, D. H. (abril de 2007). *Redalyc*. Recuperado el 2 de septiembre de 2011, de www.redalyc.uaemex: <http://redalyc.uaemex/redalyc/pdf/308/30804502.pdf>

La regulación de los medios de comunicación en México



- Monroy, J. (28 de marzo de 2014). *eleconomista.com.mx*. Recuperado el 12 de junio de 2014, de INE tendrá campañas en redes: <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2014/03/28/ine-tendra-campana-redes>
- Moreno, G. M. (mayo de 2010). *Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública*. Recuperado el 23 de noviembre de 2012, de LXI Legislatura de la Cámara de Diputados: http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=2&sqi=2&ved=0CDAQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww3.diputados.gob.mx%2Fcamara%2Fcontent%2Fdownload%2F240059%2F675217%2Ffile%2FDocto_9_1_Reformas_electorales_Mexico_2010.pdf&ei=9NGvUNxoiITIAZfUqe
- Najjar, T. C. (27 de junio de 2011). *Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión*. Recuperado el 27 de junio de 2011, de www.cirt.org.mx: <http://cirt.org.mx/ife-1106-2/110627-desplegado-cirt-ife.pdf>
- Nárvaez, S. (19 de enero de 2011). *Agencia Ciudadana de Noticias*. Recuperado el 1 de marzo de 2013, de www.join.org.mx: <http://join.org.mx/?p=3869>
- Navarro, E. (16 de enero de 2005). *Regular a los medios de comunicación es responsabilidad de los Estados*. Recuperado el 18 de octubre de 2013, de [Aporrea.org](http://www.aporrea.org): <http://www.aporrea.org/actualidad/a11504.html>
- Nieto, E. P. (2 de diciembre de 2012). *Pacto por México*. Recuperado el 5 de junio de 2013, de www.pactopormexico.gob: <http://www.pactopormexico.org/PACTO-POR-MEXICO-25.pdf>
- Notimex. (16 de junio de 2014). *animalpolitico.com*. Recuperado el 16 de junio de 2014, de *Policía y Partidos Políticos, los más corruptos para 8 de cada 10 mexicanos*: <http://www.animalpolitico.com/2014/06/policia-y-partidos-politicos-los-mas-corruptos-para-8-de-cada-10-mexicanos/#axzz34pczstID>
- Notimex. (23 de mayo de 2014). *Teléfono rojo*. Recuperado el 12 de junio de 2014, de *Falta de credibilidad en las elecciones por deficiencias culturales y de civismo: IEDF* : <http://www.telefonorojo.mx/2014/5/23/falta-de-credibilidad-en-las-elecciones-por/n61qp1>
- Paredes, M. (12 de abril de 2012). *Gobierno federal gasta 16 mil 500 millones de pesos en publicidad*. Recuperado el 1 de marzo de 2013, de www.contralinea.info: <http://contralinea.info/archivo-revista/index.php/2012/04/12/gobierno-federal-gasta-16-mil-500-mdp-en-publicidad/>
- Pla, I. L. (2008). *www.cem.itesm.mx*. Recuperado el 22 de noviembre de 2008, de *Medios de comunicación y democracia: Realidades, cultura cívica y respuestas legales y jurídicas*: http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n23/23_iluna.html

- Pliego, R. S. (12 de noviembre de 2008). *Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión*. Recuperado el 4 de abril de 2013, de Códigos de Ética: <http://autorregulacion.wordpress.com/category/codigos-de-etica/>
- PNUD. (15 de octubre de 2008). *Estado, democracia y ciudadanía en América Latina*. Recuperado el 24 de agosto de 2011, de www.undp.org.mx: http://www.undp.org.mx/IMG/pdf/Debates_Seminario_Democracia_AL.pdf
- Régimen Electoral General*. (19 de junio de 1985). Recuperado el 27 de julio de 2011, de Ley Orgánica 5/1985,19 de junio, del Régimen Electoral General: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo5-1985.tl.html
- Salcedo, J. C. (15 de mayo de 2014). *Excelsior Especial: Debates legislativos*. Recuperado el 12 de junio de 2014, de Aval Senado las reformas políticas.electorales: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/05/14/959385>
- Secondant, L.-C. d. (1748). *www.laeditorialvirtual.com*. Recuperado el 2012 de Septiembre de 2012, de El Espiritu de las Leyes: www.laeditorialvirtual.com.ar/Pages2/.../EspirituLeyes_01.html
- Téllez, J. S. (16 de agosto de 2015). *www.sibillatellez.com*. Recuperado el 29 de agosto de 2015, de Chucho Alí confirma que irá de nuevo por la gubernatura de Tabasco en el 2018: <http://sibillatellez.com/2015/08/16/chucho-ali-confirma-que-ira-de-nuevo-por-gubernatura-de-tabasco-en-el-2018/>
- Urritia, A. (1 de julio de 2011). *La Jornada*. Recuperado el 1 de julio de 2011, de www.lajornada.unam.mx: <http://www.lajornada.unam.mx/2011/07/01/politica/010n1/pol>
- Velasco, D. (2001). *Wordpress.com*. Recuperado el 8 de noviembre de 2012, de Mural 2001: davidvelasco.files.wordpress.com/2007/11/mural2001.pdf
- Villamil, J. (25 de mayo de 2013). *Proceso.com.mx*. Recuperado el 25 de mayo de 2013, de "Televisión para jodidos": <http://www.proceso.com.mx/?p=336733>
- www.cinu.mx*. (16 de diciembre de 1966). Recuperado el 4 de septiembre de 2012, de Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos: <http://www.cinu.mx/onu/documentos/pacto-internacional-de-derecho-l/>
- www.cinu.onu.mx*. (10 de diciembre de 1948). Recuperado el 04 de septiembre de 2012, de Declaración de los Derechos Humanos: <http://www.cinu.onu.mx/onu/documentos/declaracion-universal-de-los-d/>
- www.democraciasur.com*. (8 de diciembre de 2003). Recuperado el 15 de agosto de 2011, de "Construir sociedades de la información que atiendan las necesidades humanas": <http://democraciasur.com/global/SociedadInformacion03.pdf>
- www.noticias.juridicas.com*. (19 de junio de 1985). Recuperado el 21 de julio de 2011, de Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo5-1985.t1.html#c6s5

9.4. Fuentes orales

Entrevistas cualitativas.

- I. La autoridad electoral en Tabasco
 1. Presidentes Consejeros del Consejo Estatal del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco
 - a. Enrique Galland Marqués
 - b. Maday Merino Damián
 2. Presidente de la Comisión de Radio y Televisión del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco
 - a. Elidé Moreno Cáliz
 3. Secretario del Consejo Estatal del del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco
 - a. Armando Xavier Maldonado Acosta
 - b. Roberto Félix López
- II. Los partidos políticos
 1. Abraham Alaníz Garzía. Consejero Representante Propietario del Partido Acción Nacional
 2. Mario Alberto Alejo García. Consejero Representante Propietario del Partido Revolucionario Institucional
- III. Los medios de comunicación

1. Radio

- a. Pedro Cano Olán. Ex Director de Noticias de la estación radiodifusora XEVA.
- b. Marisol Mateos. Radio Corat

2. Televisión

- a. Dione Cano Olán. Directora de Noticias de Televisión Tabasqueña TVT
- b. Iván Hernández. Reportero de Canal 9
- c. Juanita Reyes Santiago. Reportera de TV Azteca Tabasco

3. Prensa

- a. Eduardo del Carmen Hernández Hernández. Columnista del diario El Universal, Diario de Tabasco.
- b. Joaquín Peregrino Gómez. Columnista del diario La Verdad del Sureste.