

984 2014/030  
ECP



Casa abierta al tiempo

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**  
Unidad Iztapalapa

**LA INFLUENCIA QUE EJERCEN LOS MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN EN LA AGENDA POLITICA.  
TELEVISA COMO PRINCIPAL ACTOR.**

T E S I S I N A  
C I E N C I A P O L Í T I C A  
PRESENTA

**MARIA DE JESUS ESTRADA ESQUIVEL**  
MATRICULA: 210347317



---

**DR. ENRIQUE CUNA PEREZ**

ASESOR

---

**DR. MARTIN MORA LEDESMA**

LECTOR

*Iztapalapa, Ciudad de México, Agosto, 2014*



UNITED STATES DEPARTMENT OF COMMERCE  
NATIONAL BUREAU OF STANDARDS

TECHNICAL NOTE

1964

TECHNICAL NOTE 650-1  
MATERIALS

DR. MARTIN W. PETERLIN

DR. ROBERT W. Lenz

Editor

Editor

U.S. GOVERNMENT PRINTING OFFICE: 1964

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPITULO 1:</b>	
<b>LA IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b> .....	4
1.1 La agenda-setting .....	6
1.2 Tipos de Agendas .....	9
1.2.1 Agenda-setting de los medios .....	9
1.2.2 Agenda-setting del público .....	10
1.2.2.1 Agenda intrapersonal o relevancia individual .....	10
1.2.2.2 Agenda interpersonal o relevancia comunitaria .....	10
1.2.2.3 Agenda que corresponde a la percepción que tiene un sujeto del estado de la opinión pública .....	10
1.2.3 Agenda-setting política .....	11
1.3 Establecimiento de la agenda-setting .....	11
1.3.1 Issue o tema .....	12
1.3.2 Saliencia o relevancia .....	12
1.3.3 Temas familiares o cercanos (obtrusive) y temas desconocidos o lejanos (unobtrusive) .....	13
1.4 Factores que intervienen en la proceso de la agenda-setting .....	14
1.4.1 Marco temporal .....	14
1.4.2 Naturaleza de los temas .....	14
1.4.3 Variables demográficas.....	15
1.4.4 Tipo de medio de comunicación .....	15
1.5 Procedimiento para la selección de la temática .....	16



## **CAPITULO 2:**

<b>MECANISMOS QUE POSIBILITAN EL ACCESO A LA INFORMACIÓN, COMO REQUERIMIENTOS PARA DE DEMOCRACIA</b> .....	19
2.1 Acceso a la información y Ley de transparencia.....	21
2.1.1 Acceso a la información y Ley de transparencia en México.....	26
2.2 Libertad de Expresión .....	29
2.2.1 Libertad de expresión en México .....	31
2.3 Derecho de Replica .....	33
2.3.1 Derecho de réplica en México.....	35
2.4 Pluralidad de medios .....	37
2.4.1 Pluralidad de Medios en México .....	38

## **CAPITULO 3:**

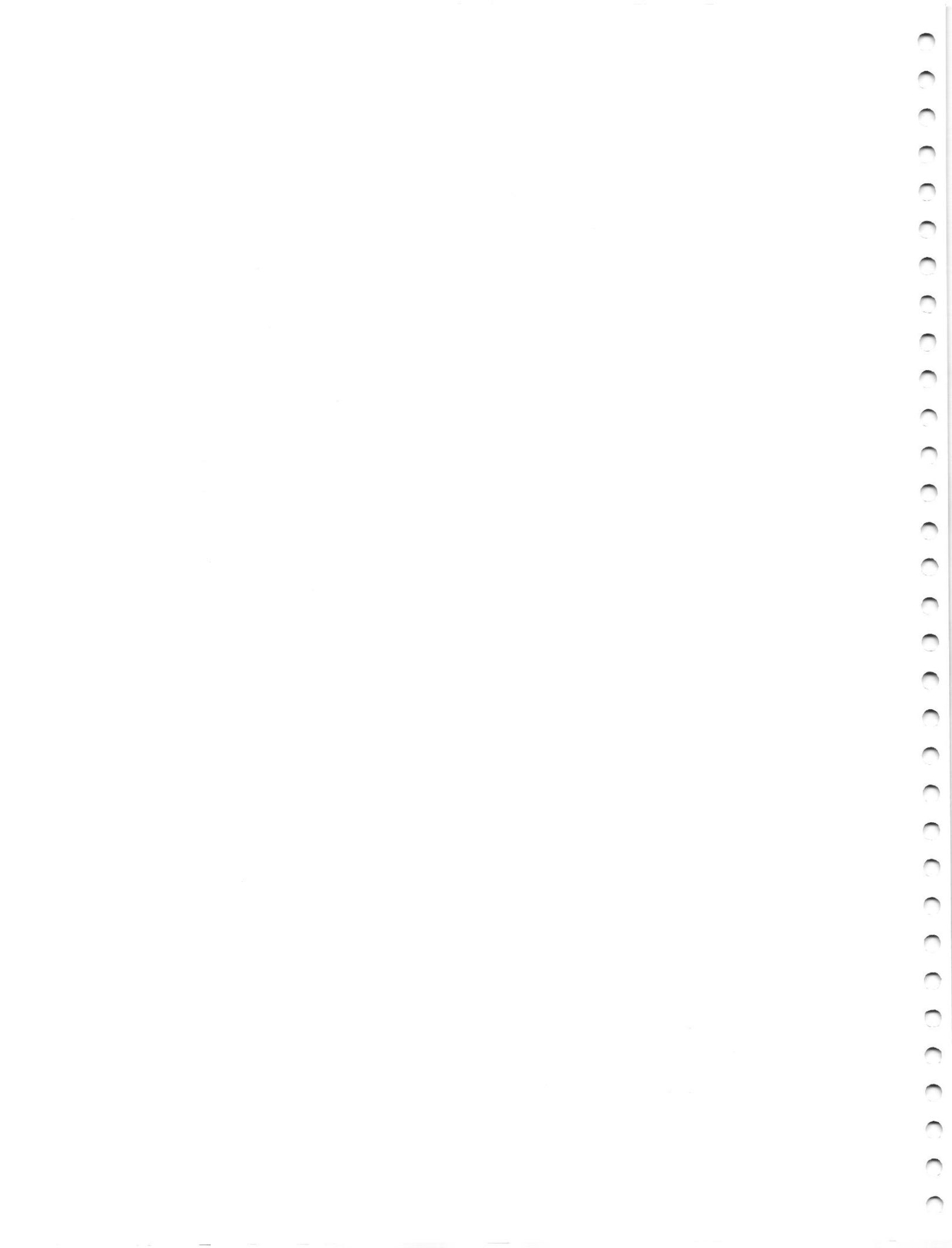
<b>LA REFORMA ELECTORAL 2007/2008 Y SU IMPACTO</b> .....	41
3.1 Cambios al artículo 41° Constitucional .....	46
3.2 Señalamientos en el COFIPE .....	49
3.3 Cambios al artículo 6° Constitucional .....	51
3.4 Ley Federal de Radio y Televisión.....	52

## **CAPITULO 4:**

<b>LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE 2012 DE ACUERDO A LA REFORMA POLÍTICA 2007/2008. ¿EXISTIÓ APOYO PREFERENCIAL DE TELEVISIÓN HACIA ENRIQUE PEÑA NIETO?</b> .....	55
4.1 Coalición movimiento progresista presenta juicio de inconformidad por nulidad para solicitar la declaración de no validez de la elección .....	57
4.2 Resolución del TEPJF al Juicio de Inconformidad por nulidad para solicitar la declaración de no validez de la .....	62



4.3 Postura de los medios de comunicación. Televisa como principal actor en el tema de la Reforma energética .....	66
4.3.1 Iniciativa de Reforma Energética presentada por Enrique Peña Nieto .	66
4.3.2 Postura de los periodistas de Televisa en el tema de Reforma Energética.....	70
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>73</b>
<b>REFERENCIAS CONSULTADAS .....</b>	<b>76</b>



## INTRODUCCION

Los mass media mantienen un gran impacto entre la opinión pública, ya que, si bien es cierto, la televisión es el principal medio de comunicación al cual la gente recurre con mayor frecuencia, también se puede decir que ejerce cierta influencia en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias y en la perspectiva que tienen a cerca de un determinado tema, al tener la función social de entretener, informar, ser generadora de opinión pública y hasta de política.

Me parece pertinente retomar a Giovanni Sartori con su obra *"Homo Videns, la sociedad teledirigida"*, pues menciona que la televisión y el video (imagen) modifican radicalmente y empobrecen el aparato cognoscitivo del "homo sapiens", a tal punto que anula su pensamiento y lo hace incapaz de articular ideas claras y diferentes, hasta llegar a fabricar lo que él denomina un "proletariado intelectual", sin ninguna consistencia. La cultura audiovisual es inculta y por lo tanto, no es cultura, del "homo sapiens", producto de la cultura escrita, se ha pasado al "homo videns", producto de la imagen. De este modo, es como se ve reflejada la gran influencia que ejercen los medios de comunicación, en especial la televisión sobre la mayoría de la sociedad.

Durante tiempos electorales la televisión adquiere demasiada importancia, al mantener informada a la población, para que en el momento de emitir el voto el ciudadano cuente con información que le permita tomar una mejor decisión.

Por ello, con esta investigación pretendo comprobar la hipótesis que durante las elecciones de 2012 a la presidencia, en nuestro país se ejerció de manera marcada una influencia de los medios de comunicación para con la opinión pública; es decir, existió un apoyo preferencial principalmente de Televisa a Enrique Peña Nieto, uno de los candidatos.

Lo anterior, pretendo demostrarlo mediante la revisión de la denuncia que se presentó al TEPJF por parte de la Coalición Movimiento Progresista y su candidato Andrés Manuel López Obrador para solicitar la no validez de la elección,



en donde se evidenciarón diferentes pruebas declarando que ciertamente existieron irregularidades durante la campaña y el día de las elecciones, las cuales favorecieron el resultado en el que Enrique Peña Nieto saliera triunfador. Además de ello, consideraré para la investigación algunas posturas de los portavoces de la televisora en lo que refiere a uno de los temas de la agenda política presentada por Peña Nieto, para ubicar si hay contrastes entre la agenda de los medios y la agenda política.

Esta investigación está constituida de cuatro capítulos, los cuales están estructurados de la siguiente manera:

En el capítulo 1 que se titula, "*La importancia de los medios de comunicación*", abordo de manera general la trascendencia que dichos medios (en específico la televisión) han adquirido principalmente en la formación de una opinión pública. Por ello, es pertinente que no se deje de lado la cuestión de la teoría de la agenda-setting, la cual es fundamental en el tratamiento para la formación de una opinión, y en la que además se ubica la creación de los diversos tipos de agendas. Por tal motivo considero importante retomar el procedimiento utilizado para el establecimiento de la agenda setting, así como los factores que intervienen en el.

En el capítulo 2 que lleva por nombre, "*Mecanismos que posibilitan el acceso a la información, como requerimientos para la democracia*", trato las cuestiones que permiten una amplitud en la participación de la sociedad, y que además son derechos fundamentales en una democracia. En este apartado retomo el acceso a la información y la ley de transparencia, de la libertad de expresión, el derecho de réplica y la pluralidad de medios; que aparte de ser mencionados de manera general, su tratamiento se aplica al caso mexicano.

En el capítulo 3, "*La Reforma Electoral 2007/2008*"; expongo las modificaciones que se realizarón en lo referente a las campañas electorales, para poder interpretar de la mejor manera como se desarrolló la situación durante las campañas presidenciales de 2012, y si en realidad existieron esas irregularidades



que declaró la Coalición demandante, para posteriormente ir determinando si la hipótesis de ésta investigación pudiera ser comprobada.

Finalmente en el 4 y último capítulo, *“La campaña presidencial de 2012 de acuerdo a la reforma política 2007/2008. ¿Existió apoyo preferencial de Televisa hacia Enrique Peña Nieto?”*, expongo el tema que deseo comprobar; si realmente el candidato de la Coalición Compromiso por México, Enrique Peña Nieto; fue respaldado por la televisora durante su campaña a la presidencia, ya sea, cómo mencione anteriormente mediante la denuncia que presentó la Coalición Movimiento Progresista o por la postura que los periodistas de Televisa mantuvieron con referencia al tema de la Reforma Energética, el cual se discutió mucho entre la opinión pública.



## CAPITULO1: IMPORTANCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En México, los medios de comunicación de masas juegan un papel muy importante dentro de la sociedad ya que, desempeñan funciones esenciales en la vida política del país. Se puede decir que difunden información, la cual es aspecto esencial para el desarrollo en toda democracia, al permitir que la ciudadanía tenga acceso a documentos públicos, siendo esta una forma de la rendición de cuentas y transparencia del ejercicio del Gobierno. Con ello los ciudadanos tendrán mayor participación en el accionar político.

Otra de las funciones de los medios de comunicación es la capacidad de movilización que tienen para la opinión pública. En esta cuestión resalta que la televisión en particular, logra cubrir y poner en acción a la población de manera masiva, mientras que los medios impresos tienen un público más selecto.<sup>1</sup>

De esto se entiende que los medios de comunicación influyen de manera directa en los ciudadanos al formarles diversas corrientes de opinión, y a partir de ello, establecer una agenda de los problemas que deben asumir mayor importancia entre la sociedad, aquí es cuando se entiende su papel como fijadores de la agenda.

Es importante mencionar que los medios de comunicación en la actualidad gozan de un gran nivel de confianza, comparado con las instituciones y funcionarios de gobierno. Este dato se puede encontrar en la quinta Encuesta Nacional sobre la Cultura Política y Practicas Ciudadanas (ENCUP) realizada en 2012, la cual refleja que para informarse de cuestiones políticas, la gente en su gran mayoría recurre a la televisión, es decir, el 76.10% dice que es el medio por el cual se informa, comparado con la radio que se ubica en segundo lugar con solo el 9.01%. Sin contar que el 68.71% de la población responde que es diaria la recurrencia a la televisión como medio de información.

---

<sup>1</sup> Abundis, Francisco. *Los medios de comunicación en México*. Parametría. Investigación de opinión y mercados, análisis estratégico.



Maxwell Mc Combs, hace mención que el papel que tienen los medios como fijadores de la agenda consiste en su influencia sobre la relevancia de un tema<sup>2</sup>. Bernard Cohen, por su parte en 1963 estableció que los medios informativos en la mayoría de los casos no tienen éxito al decirnos como debemos pensar sobre un determinado tema, pero si cuando nos dicen sobre que pensar; es decir, los medios influyen sobre la audiencia mediante los temas considerados de mayor relevancia. Ello explica por qué algunos temas resultan muy llamativos ante el interés público, y otros no.

Este sentido, los medios no deciden lo que el público tiene que pensar u opinar sobre un determinado tema, aunque sí influyen sobre cuáles serán las cuestiones que van a entrar en la opinión pública. Este conjunto de aspectos, temas o problemas en los que se centra la atención conforman lo que es la agenda. Los temas que son considerados relevantes por los medios de comunicación pasan a ser retomados también por gran parte de la audiencia, considerándoles la misma prioridad, importancia y énfasis que los medios le presentaron a la información en un primer momento.

En la actualidad los medios de comunicación funcionan como una herramienta decisiva que permite mantener la función de elemento social, para convocar objetos, relaciones sociales y ordenes políticos; tanto a escala nacional como internacional. En la misma medida estos medios de comunicación permiten instalar un tratamiento de intercambio de conocimientos y debates de carácter social.

El disponer de los medios de comunicación, hoy en nuestros días significa detentar parte de un poder social, debido a la atención y el ambiente que engendran mostrando la realidad del entorno. Es de esta manera como la adquisición intensiva de los medios, como la radio y la televisión, hacen que los

---

<sup>2</sup> Mc Combs Maxwell, *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Ediciones Paidós. Cambridge, 2004. p. 25



estudios se centren sobre el colectivo de la sociedad, que es la sociedad de masas, más que en grupos individuales.

### 1.1 La agenda-setting

Es así como, al hablar de la influencia que ejercen los medios de comunicación tanto directa como indirectamente sobre la sociedad de masas es conocido como agenda-setting. Walter Lippmann, la plantea como una <<teoría sobre la transferencia de relevancia de las imágenes del mundo que dan los medios de comunicación a las imágenes de nuestra cabeza>><sup>3</sup>, es decir, hablamos de los medios de comunicación como una fuente primaria en la creación de imágenes que tenemos del mundo exterior en nuestras mentes; dicho de otra manera, es la percepción que tenemos acerca de ciertos temas o cuestiones, ya que, la manera en cómo los medios nos presentan la información, a veces muy redundante, originando que diversos contenidos sean considerados como importantes.

Para 1972, Mc Combs junto a Donald L. Shaw en un estudio sobre las elecciones de 1968 en Estados Unidos, propusieron la idea de *agenda-setting*, como el resultado de la relación que se establece entre el énfasis manifestado por el tratamiento de un tema por parte de los medios de comunicación y las prioridades temáticas manifestadas por los miembros de una audiencia tras recibir los impactos de la media.

McCombs y Shaw estudian el papel que juegan los medios en la formación del efecto agenda-setting. La selección de las noticias por parte de los medios y la credibilidad de éstos actúan, sin duda, sobre el marco en el que se establece la referencia del debate político. Los medios no sólo seleccionan las noticias, sino que las jerarquizan y, con ello, valoran el interés de la agenda.

Dado que el exterior que nos rodea es demasiado grande y por ende, nos es difícil acceder a información por mecanismos propios, los medios de comunicación nos

---

<sup>3</sup> *Ibidem.* p. 135



proporcionan este vacío de información a la cual no tenemos acceso, resultando de ello que nuestras mentes engendren ideas distintas a la realidad; pues esta información se encuentra lejos de la mirada y la mente. Esta visión muy limitada del entorno que reclama un mayor alcance y que muestran los medios de comunicación es una de las principales limitantes de estos; los medios construyen y representan al público un pseudo-entorno que está constituido por nuestras percepciones privadas del mundo que nos rodea y que son generadas por aquellos medios informativos quienes moldean de forma significativa la manera en que vemos el mundo.

Ciertamente como decía McCombs, “los medios de comunicación son los responsables de generar la opinión de las personas, pues esta capacidad de los mass media de saber estructurar los conocimientos de la audiencia y de saber cambiarlos ha sido definida como la función de comunicación de masas que establece el agenda-setting”.<sup>4</sup>

Los individuos al tener conocimiento solo de lo que los medios les presentan, de alguna manera están ignorando cualquier otra noticia y ante ello asignan importancia solo a la información que reciben. Los medios de comunicación seleccionan ciertos temas y menosprecian otros, desplazándolos al silencio.

La influencia que ejercen estos medios de comunicación sobre nuestra percepción se debe a que los hombres se encuentran alejados de sí mismos, lo que los hace susceptibles a la manipulación por las resistencias que gobiernan a la sociedad, principalmente los medios de comunicación, los cuales hoy en día nos ofrecen una vasta cantidad de información sobre los problemas que se desarrollan en el entorno.

Como lo resalta Maigret, “los medios de comunicación generalizan la ausencia de sentido crítico y de respeto por la verdadera cultura, engañando a los seres humanos, lo que puede tener un efecto perjudicial, ya que otorgan un tipo de

---

<sup>4</sup> Ibídem. p. 16



criterio al individuo, sin que este manifieste sus propias ideas e inquietudes y se deje llevar por lo que transmiten los medios”.<sup>5</sup>

Dentro del impacto que se desarrolla al establecer la agenda-setting esta el creer que lo que no está presente en la agenda de los medios no existe, pues los temas a los cuales los medios les dedican atención, afectan la percepción del público al momento de fijar sus conclusiones acerca de un tema. Las noticias cobrarán importancia a partir del momento en que los medios las toman y las vuelven de dominio público por la difusión que se hace a cerca de las mismas, ya que por el contrario, a pesar de que una nota sea de gran trascendencia para la sociedad no pasara de ser irrelevante si los medios no la hacen participe en los noticiarios, puesto que lo que aparece en los medios será lo único que merezca importancia.

Por ello, durante el establecimiento de la agenda se dice que el público es un ente inerte que recibe mensajes y los asume sin análisis ni cuestionamientos.

Es aquí, donde se aprecia que lo presentado por los medios de comunicación muchas de las veces es reproducido por la audiencia, aunque también se debe tomar en consideración que no todos los medios y temas presentados influyen de la misma forma en los individuos.

Esta teoría de la agenda-setting ha demostrado como los medios de comunicación logran transmitir a sus respectivas audiencias los temas que valoran como los más relevantes. En este caso, los sondeos han servido para confirmar que ciertamente existe una correlación elevada entre los temas a los que le dan importancia los medios y por su parte también las audiencias.

Desde los inicios del siglo XX es importante mencionar que los medios de comunicación ejercen un papel dominante, ya que, su influencia directa es manejada bajo el modelo de estímulo-respuesta propuesto por McQuail; uno de los estudiosos más influyentes en el campo de los estudios de comunicación de

---

<sup>5</sup> Maigret Eric. *“Sociología de la comunicación de los medios”*. Ediciones FCE. Bogotá, Colombia 2005. p. 101



masas. McQuail y Windahl en 1997 concluyeron que los efectos son respuestas específicas a estímulos específicos, de tal manera que se puede esperar y predecir una correspondencia estrecha entre el mensaje de los medios y la reacción de la audiencia. De ello que, quién mantuviera un acceso a los medios de comunicación podría dominar los temas más relevantes del entorno.

## **1.2 Tipos de Agendas**

Al hablar de agenda-setting es importante mencionar que comprende tres tipos distintos de agendas que se conectan entre sí durante el proceso de comunicación.

### **1.2.1 Agenda-setting de los medios**

Su variable radica en la medición de un tema en los diversos medios de comunicación.

*La agenda de los medios de comunicación* mantiene un alto nivel de importancia al establecer el índice de los contenidos que aparecerán en los medios durante un periodo determinado de tiempo. Por ello, el número de noticias con relación a un cierto tema que aparecerán, serán evaluadas acorde a su importancia, espacio y tiempo. El tiempo de duración de la temática no siempre es el mismo; ya que dependerá en gran medida de los propios objetivos e intereses de la cada medio. Para el estudio de este tipo de agenda es necesario establecer la medición a partir de la selección del tema, para que posteriormente se realice el seguimiento en cuanto a la cobertura en los medios semana tras semana, meses o incluso años. Finalmente el público solo recibirá información que los medios consideran relevante.



## 1.2.2 Agenda-setting del público

Evalúa la importancia que mantiene la selección de los temas entre la audiencia o público.

*La agenda de lo público o pública* se mide por la realización de encuestas realizadas a gran parte de la población para denominar generalmente su opinión ante diversas problemáticas fundamentales que se desarrollan en el país, tanto sociales, económicos, políticos; como por ejemplo, los son en su momento los referidos a la inflación, el desempleo, la violencia, el crimen organizado, la corrupción, entre otros. Con estos resultados se procura registrar la posición de los temas de manera jerárquica, según el grado de importancia que les asigna el público.

Del mismo modo, se pueden diferenciar tres tipos de agenda de lo público, con base en la relevancia que se asigna a las temáticas:

**1.2.2.1 Agenda intrapersonal o relevancia individual:** que corresponde a lo que el individuo considera que son los temas más importantes, es una relevancia personal asignada a un problema de la persona, en términos del propio conjunto de prioridades.

**1.2.2.2 La agenda interpersonal o relevancia comunitaria:** referida a los temas de y sobre los que el individuo habla y discute con los demás definiendo por tanto una relevancia intersubjetiva, es decir, la actual cantidad de importancia asignada a un tema en una red de relaciones y comunicaciones interpersonales.

**1.2.2.3 Agenda que corresponde a la percepción que tiene un sujeto del estado de la opinión pública,** es decir, la importancia que el individuo cree que los demás atribuyen a un cierto tema.

De esto que, a la conclusión a la que llegan Dearing y Rogers en 1996 sobre la relación entre estas dos agendas, (tanto la de los medios y la de lo público) es que la agenda de los medios selecciona el contenido de la agenda del público.



**1.2.3 Agenda-setting política** por su parte, se centra en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas.

Cierto es que, sea cual sea el tipo de agenda, los temas que en ellas se contienen son objeto de debate público, y por tanto, aparecen en las agendas de los medios o en las del público.

*La agenda política* también adquiere el nombre de agenda institucional, y su importancia radica en que su medición está basada en las acciones que proponen los gobiernos, políticos e instituciones gubernamentales y que desean dar a conocer al público para mantener una buena imagen ante el mismo. Los temas aquí presentados también serán instrumento de debate en las agendas mencionadas anteriormente. Dearing y Rogers consideraban que esta agenda era la primordial en consideración con las otras, ya que ésta gestaba nuevos temas que terminarían contribuyendo en las agendas de los medios y del público.

Para McCombs, agenda-setting en su nombre metafórico, hace hincapié a que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la agenda de la sociedad; los temas serían traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público. La agenda del público enlista unos temas más destacados que otros en proporción directa con la importancia que marque la agenda de los medios, aunque éstos no sean quienes decidan por la audiencia cuál será su actitud o decisión sobre esos asuntos.

### **1.3 Establecimiento de la agenda-setting**

Como ya se ha tratado, y si bien es necesario retomar lo que mencionó Walter Lippmann, un escritor y periodista estadounidense, crítico de los medios; “la agenda-setting es abordada como un proceso en que los medios de comunicación establecen una marcada influencia al definir los temas que tienen interés informativo”. Es por ello que se retoman ciertos elementos que son característicos y necesarios ante la formación de la agenda.



### **1.3.1 Issue o tema**

Como parte primordial, es ineludible entender que el termino *issue* alude a los temas que formarán parte de la agenda, siendo ellos, temáticas que más preocupan a la sociedad en sus diferentes ámbitos.

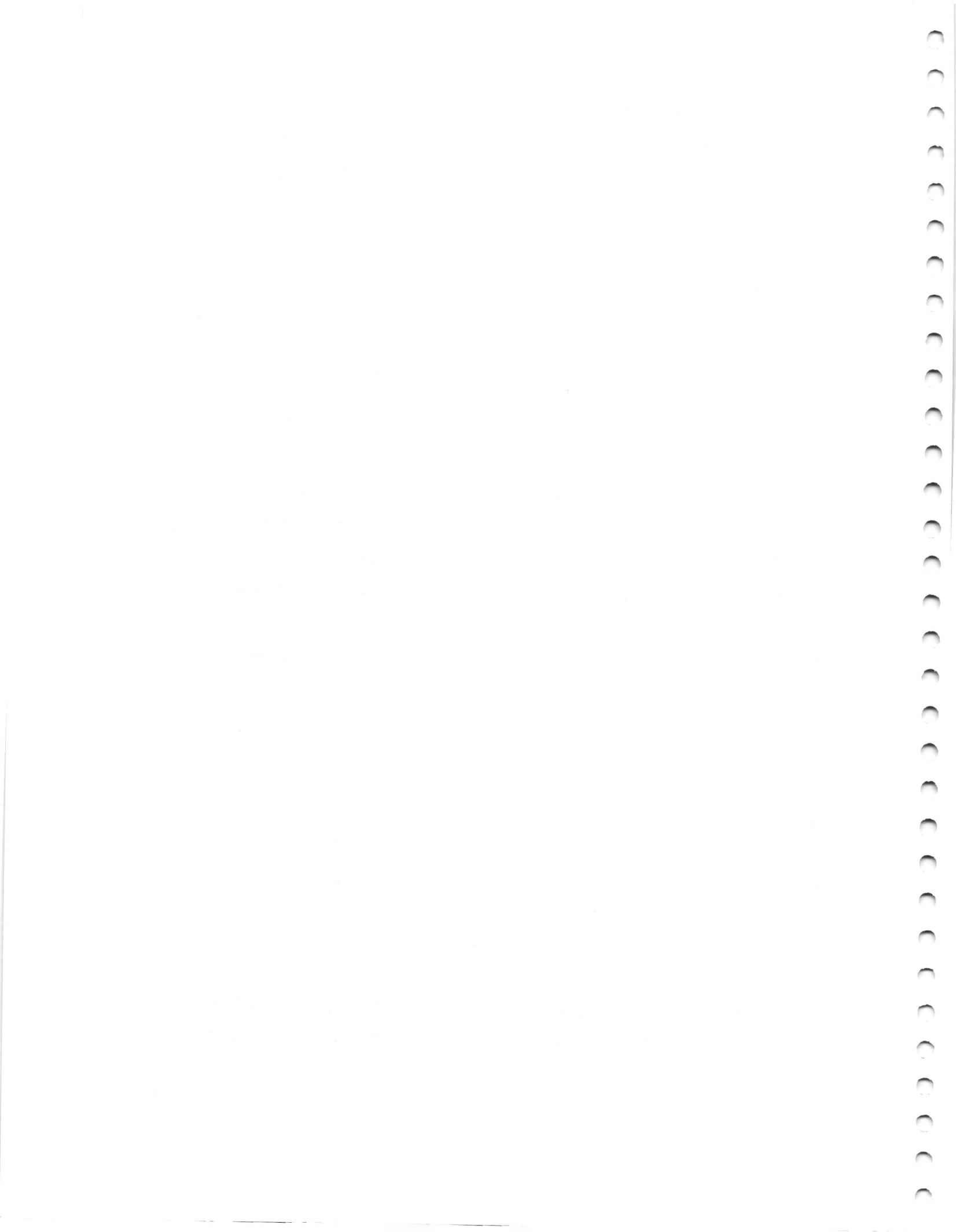
“Un tema se define como un problema social, a menudo conflictivo, que ha aparecido y es cubierto por los medios de comunicación”, (Dearing y Rogers, 1996). Siendo así, lo importante a resaltar es que, el elemento problemático es la pauta fundamental para que los medios de comunicación procedan a publicar las noticias relacionadas al issue y lo transfieran al público.

### **1.3.2 Saliencia o relevancia**

Es considerable resaltar que dentro de las agendas aparecen muchos temas, sin embargo, no todos mantienen el mismo grado de importancia o relevancia. Lo que los distingue está fundamentado por el *Saliencia o relevancia*, es decir, el grado de importancia que un issue o tema de la agenda es comprendido como sobresaliente y significativo. Este aspecto hace alusión al medio de la jerarquización de los temas, destacando unos sobre otros; entendiendo la asignación de la importancia y prioridad de la información; de tal manera que se ejerza un mayor impacto y alcance en la misma.

Debido a la cobertura que asignan los medios de comunicación a los distintos temas de la agenda, las personas entienden la importancia de éstos, en la sociedad; de ello que, cuanto mayor sea la presencia de un tema en el espacio informativo, mayor será también el interés que los individuos manifiesten con relación a este tema.

Los temas que son propios de agenda son los asuntos colectivos que ocupan la atención pública, y son conocidos a través de la información que es transmitida por los medios. El hecho que sean los medios quienes informen acerca de los asuntos públicos, les concede el papel fundamental en la selección de las cuestiones que establecen prioridades a discutir por la sociedad.



Es así, como este conjunto de temas que conforman la agenda de los medios informativos, se convierte en gran medida en la agenda pública y a la vez constituye lo que es el inicio de la formación de la opinión pública; es decir los medios de comunicación mantienen su potencial al desempeñar su papel como un espacio de representación y debate de los asuntos políticos.

Existe una marcada relación entre lo que son los temas (issues) de agenda y la relevancia (salience) de los mismos, tal hipótesis fue comprobada en el trabajo realizado por McCombs y Shaw en 1972 sobre las elecciones presidenciales norteamericanas. Los autores estadounidenses afirmaron que los medios parecen ejercer un considerable impacto en el juicio de los votantes, respecto a lo que ellos consideraban que eran los temas más destacados de la campaña.

Específicamente durante las campañas electorales, los medios de comunicación mantienen una participación activa dentro de este proceso al influir en la difusión de la imagen pública que asignan a cada uno de los candidatos políticos. De ello se sigue que, la mayor parte de lo que sabemos acerca los candidatos es producto de lo que nos transmiten los medios de comunicación a través de las noticias y contenido publicitario, y ello moldea nuestro punto de vista, nuestras opiniones e incluso nuestra conducta.

### **1.3.3 Temas familiares o cercanos (obtrusive) y temas desconocidos o lejanos (unobtrusive)**

En este sentido, los temas con los que el público se haya mas identificado son los que se encuentran dentro de la agenda, ya que los ha experimentado directamente, sin necesidad de acudir a los medios de comunicación. Es decir, son hechos que vive a diario y que afectan su entorno inmediato; esto genera que en cierto modo el público sea más crítico acerca de los temas, y sea propenso a ser menos influenciado por los distintos medios de comunicación. Debido a ello, éstos temas son llamados familiares o entrometidos porque el público ya tiene conocimiento de ellos. A diferencia de éstos temas familiares también destacan los



lejanos en los cuales la gente no tiene alguna referencia personal; y en consecuencia acude a los medios de comunicación para ser orientada.

Con ello queda claro, que de acuerdo a los intereses de cada individuo éste, hará uso de la alternativa que mejor se acomode a la temática a tratar, pues hay que apuntar que no todas las personas son igualmente influenciadas o confían en los medios con la misma intensidad.

Cuanto menor es la implicación de cierto tema, mayor será el efecto que produce el mensaje del medio en el público; por el contrario, en una audiencia, mucho más crítica con experiencia acerca de la problemática, ya no será necesaria la búsqueda de una orientación de los medios porque cuentan con sus propias fuentes de información. Asimismo, la agenda de los medios influye de manera más acentuada cuando se trata de temas lejanos o unobtrusive; ya que, el público al no tener experiencia directa en los temas, será más susceptible a confiar en la credibilidad de los medios de comunicación.

#### **1.4 Factores que intervienen en la proceso de la agenda-setting**

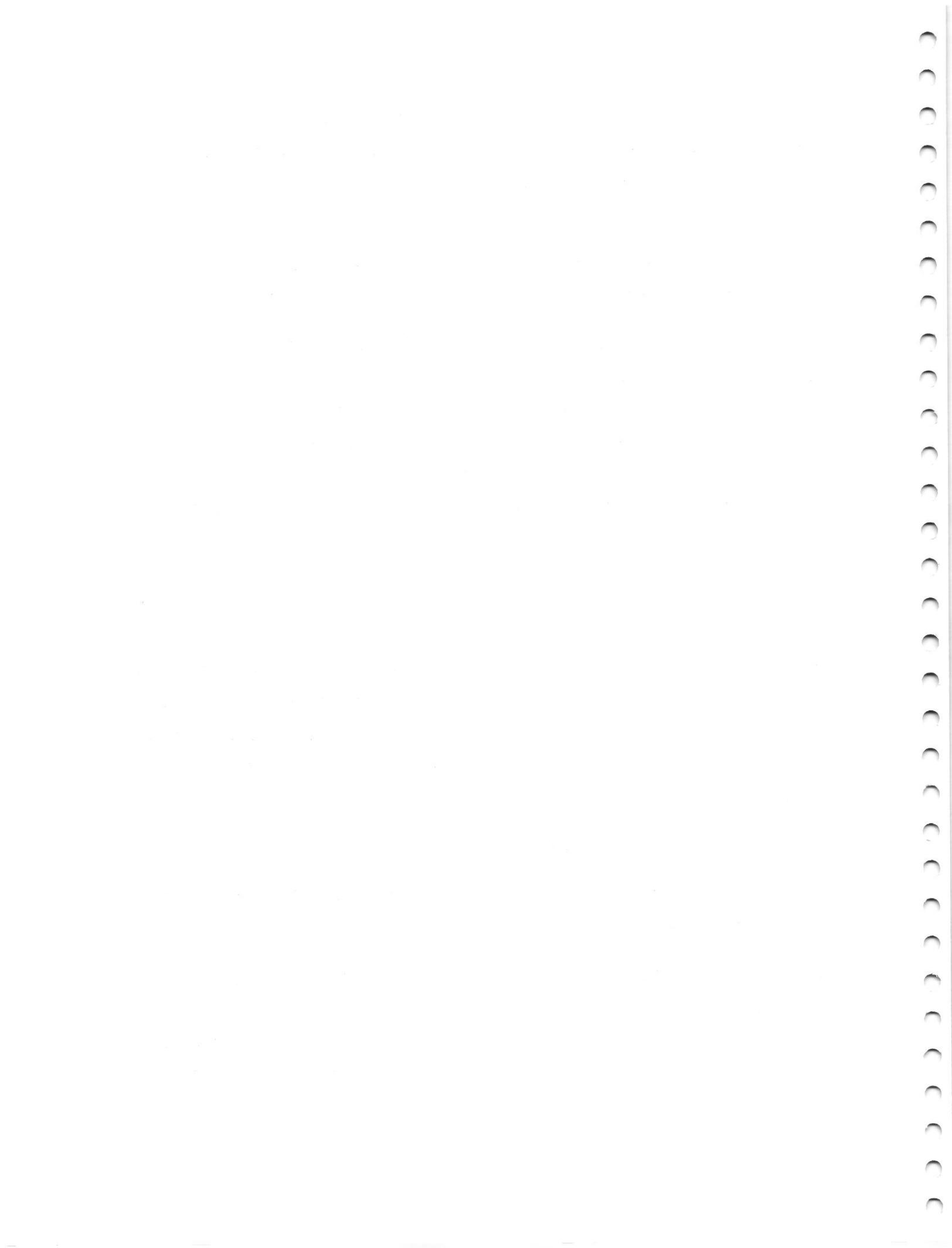
Es importante rescatar que en este proceso intervienen una serie de factores, que pese a ser muy distintos, se pueden enumerar de la siguiente manera:

##### **1.4.1 Marco temporal**

En este aspecto se enumera el proceso en el cual aparece el tema como objeto de las distintas agendas, el desarrollo que mantienen en la opinión pública, así como su desaparición de las mismas. Este factor es indeterminado, ya que, no se puede establecer una orientación sobre el tiempo que conlleva este proceso.

##### **1.4.2 Naturaleza de los temas**

Se dice que existen temas de diversa naturaleza, ya que, por un lado destacan los *temas fijos*, los cuales manifiestan una rutina constante en los diversos medios de comunicación, generando que la audiencia siempre los considere relevantes para estar dentro de la agenda. Sin embargo, también sobresalen los *temas*



*impredecibles y ocasionales*, mejor conocidos como (events), pues cada día se presentan en la sociedad y se van renovando, propagando que en ocasiones el tiempo que ocupen sea limitado u otras veces se establezcan permanentemente como temas fijos o issues.

Esta naturaleza del tema siempre va a determinar los efectos producidos del proceso de agenda-setting, tanto en los medios como en la audiencia.

Para entender mejor este rasgo, nos podemos remitir a los temas de incidencia electoral, principalmente las campañas electorales, las cuales por ser un tema impredecible u ocasional, el tiempo requerido para su difusión sería corto, ya que, su estancia dentro de las agendas abarcaría unas cuantas semanas. A diferencia de las temáticas generales como política, nacional, salud, etc., que siempre aparecerán en las agendas, y por ende, serán de suma relevancia para el público.

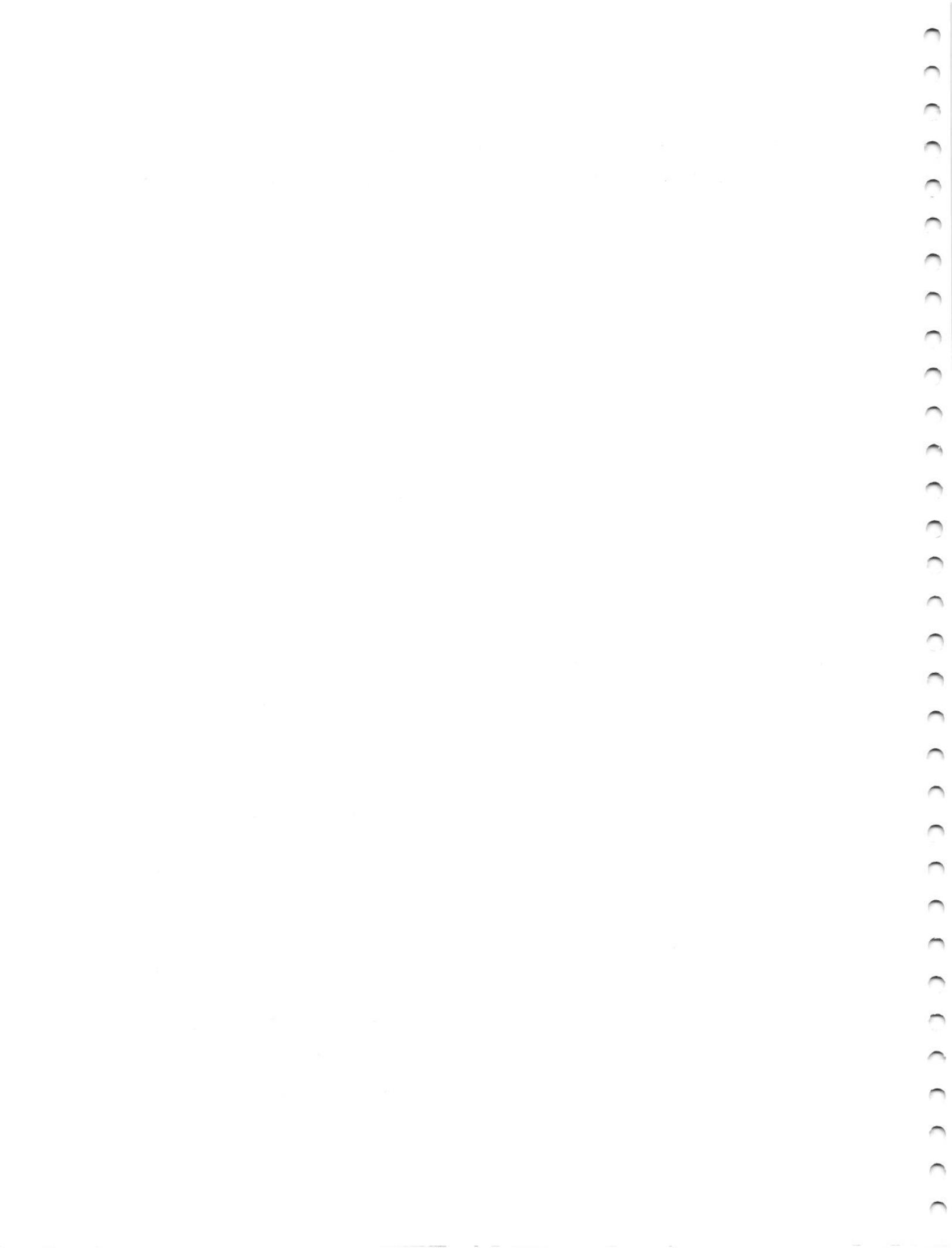
#### **1.4.3 Variables demográficas**

Al momento de analizar la influencia que tienen los medios de comunicación en el proceso de agenda-setting, es importante resaltar los elementos demográficos, ya que estos, inciden de cierto modo, ya sea de forma directa como indirecta. Pues, variables como el género, la edad y la educación de la audiencia permitirán que el estudio sea más concreto a la hora de establecer la relación existente entre los temas que se instauran en la agenda y la preferencia por éstos que se marcará en la audiencia.

#### **1.4.4 Tipo de medio de comunicación**

Es importante mencionar que los diferentes tipos de medios de comunicación no van a marcar el mismo grado de influencia en la audiencia.

Ahora bien; “La influencia de los periódicos persiste durante un tiempo, mientras que la de la televisión se evapora rápidamente” (MacKuen: 1984); de ahí que, en la televisión como medio de difusión domina la rapidez con la que se presentan las noticias, a diferencia de la prensa en donde se puede reconocer la relevancia



aplicada a una temática en el número de páginas que ocupa, así como la pertinencia que le asigna la casa editorial. De este modo, muchos de los estudiosos han argumentado que la prensa mantiene un dominio más inmediato dentro de la opinión pública, comparado con la televisión, debido a que los medios escritos ofrecen un mayor repertorio y elementos diferenciadores en las noticias, y que la televisión solo dedica poco espacio y detalles a cada nota.

Sin embargo, es valioso resaltar que, a pesar de esta limitante con que cuenta la televisión al no profundizar en los temas presentados, es reconocido como el medio que cuenta con una gran ventaja de influencia, dado que mantiene un alto nivel de seguidores; de ello que, le es un fundamento necesario para jerarquizar los temas en su agenda, y lograr que el público los perciba.

### **1.5 Procedimiento para la selección de la temática**

Es importante tener conocimiento acerca de cómo se realiza la selección de los temas que serán incorporados en la agenda de los medios.

En este punto destaca la figura del *Gatekeeper*, quien ya sea de manera colectiva o individual actúa como especialista de información dentro de los medios de comunicación, encargándose de la selección de las noticias que tomaran espacio en el medio para el cual trabajan.

Esta persona o personas discernen sobre la importancia que tienen los temas y los que no. Concretamente, la selección de la información supone decidir los temas que se publicaran con base a los criterios noticiosos como lo es la originalidad, la contemporaneidad, la importancia; los cuales serán constituidos por medio de los criterios de la organización de la línea editorial y los intereses de las instituciones periodísticas.

Además de ello establece el tiempo y espacio que ocupará el tema, dependiendo del medio que se trate; pues implica la aptitud de los medios el disponer de la duración del tema para que pueda ser conocido ampliamente por su respectiva audiencia. El *Gatekeeper* también impondrá la importancia que se ha de dar a la



temática, pues la jerarquización denota el comprender la asignación de esta relevancia y preponderancia de la información. Aquí es donde se toman en consideración aspectos como la presentación y el formato de la noticia, que sean alusivos para centrar más la atención del lector. Definirá en gran medida también las propiedades que darán un significado a la información, de tal manera que los individuos la comprendan e interpreten.

Es relevante la forma en que se da una competencia de los temas por obtener un lugar dentro de la agenda, ya que, no todos los temas mantienen éxito en la atención pública; aquí es muy notoria la gran influencia que ejerzan sobre nuestra percepción los medios informativos. Ciertamente es que, la educación genera un aumento en la atención de los individuos, que los concientiza acerca de otros de los temas que muestran los medios informativos, además que adquieren una mayor visión en relación con los temas presentados.

Considerando que los medios de comunicación establecen la agenda desde la selección de temas hasta el momento en que atraen la atención de los ciudadanos, se dice que han construido la agenda pública cuando proveen el contexto que determina la manera en que la gente piensa de un tema y evalúa sus méritos. En este sentido hay una transferencia de la relevancia, ya que, correspondería a la agenda mediática el establecimiento de los objetos y los atributos, a diferencia de la agenda de lo público, que atañería la relevancia de los objetos y de los atributos respectivamente.

Por ello es importante encuadrar la información, tal y como lo sugiere Mc Combs, ya que, de esta manera realizaremos una selección de los atributos concretos en la agenda mediática, cuando nos refiramos a alguno objeto o tema y esto nos ayudara enfatizar la atención a los principales puntos dominantes. Se comenzará por la definición del problema u objeto para posteriormente interpretarlo, y asignar una evaluación moral, junto a una recomendación para abordar la temática.

Siendo así, se entiende el establecimiento de la agenda-setting como un proceso en el que se define como primer paso el fijar la relevancia del objeto o tema, como



ya se ha hecho mención, designando una jerarquización, tiempo y espacio; posterior a ello es necesario proceder a la instauración de un segundo nivel que conlleva a puntualizar la relevancia de los atributos, de los temas u objetos definidos para establecer la interpretación que nos hacemos de las diferentes temáticas, como lo diría Lippmann acerca de <<las imágenes que nos hacemos en la cabeza>>. En este caso, se puede ejemplificar el proceso de campañas electorales antes mencionado, en referencia a las características que nos muestran los medios de comunicación respecto a cada candidato, creando así la agenda de los atributos, y en la que nos atañe como audiencia tomar las decisiones posteriores.

Con base a estudios realizados nos damos cuenta que los medios de comunicación tienen la capacidad de influir en la toma de decisiones de la audiencia, debido a la formación de una perspectiva de la realidad apegada a la visión del medio de comunicación; que se va desarrollado a través del proceso de formación de la agenda-setting.

Con base a lo anterior, es propicio aludir al esquema de las cinco R<sup>6</sup>, de Schudson, en el cual define y nos da un bosquejo del efecto inicial que tienen los medios de comunicación, los cuales se mencionan a continuación:

En primer lugar hace que los bienes Resulten disponibles, en segundo lugar, desarrollar una Retórica cuya meta principal no es el convencimiento, sino hacer que los programas se memoricen y se impongan en los imaginarios, en tercer lugar, entrar en la Resonancia con los cuadros culturales, en cuarto lugar, el hacer perdurar los productos por medio de una Retención institucional en permanencia de la memoria, y finalmente el ayudar a los públicos a decidir sus respuestas a los programas suministrándoles esquemas de Resolución de problemas.

---

<sup>6</sup> Ibídem. p. 111



## CAPITULO 2: MECANISMOS QUE POSIBILITAN EL ACCESO A LA INFORMACIÓN, COMO REQUERIMIENTOS PARA DE DEMOCRACIA

Para poder identificar los mecanismos o instrumentos permiten la apertura a la democracia, en cuestiones de acceso a la información; primeramente es pertinente hacer mención de la definición de democracia. Para lo cual, retomo la definición mínima que aporta Norberto Bobbio, la cual enuncia que:

*“Democracia es una forma de gobierno caracterizada por un conjunto de reglas que establecen quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos; con esto entendemos que democracia, se contrapone a todas las formas de gobierno autocráticas”.*<sup>7</sup>

Los que son designados para la toma de decisiones, deberán plantearse diversas alternativas, las cuales serán contrastadas para una mejor selección. Es necesario que estas personas tengan garantizados los derechos de libertad, siendo éstos, la base para el funcionamiento adecuado de los mecanismos empleados en el proceso que caracteriza a cualquier régimen democrático.

Por su parte, Robert Dahl también presenta una definición de la democracia, refiriendo que:

*“Un gobierno democrático se caracteriza de manera fundamental por la continua aptitud para responder a las preferencias de sus ciudadanos, sin establecer diferencias políticas entre ellos.”*<sup>8</sup>

Para que esto sea posible, los ciudadanos deben contar con igualdad de oportunidades al momento de formular sus preferencias, enunciarlas o presentarlas públicamente ante su gobierno.

---

<sup>7</sup>Bobbio, Norberto. *“El futuro de la democracia”*. Italia, 1984. Ediciones FCE p. 24

<sup>8</sup>Dahl, Robert A. *“La Poliarquía; participación y oposición”*. Editorial Tecnos. Madrid, 1989. p. 13



Cuando se otorga la oportunidad de formular las preferencias, y así mismo, manifestarlas; se acentúa la presencia y uso de las garantías individuales que están establecidas en la constitución; siendo éstas, las de libertad de asociación, de expresión, de voto, de derecho de réplica, de acceso a la información, incluso el derecho para competir en busca de apoyo, por parte de los líderes políticos, etc. Con referencia a este último punto y como decía Joseph Schumpeter, “la característica de un gobierno democrático no es la ausencia de las élites, sino la presencia de muchas élites que compitan entre ellas por la conquista del voto popular”,<sup>9</sup> esto mediante la participación política.

Dahl expone que estos derechos posibilitarán ubicar la amplitud que un régimen facilita a la oposición, el debate público o la lucha política. Pues, el participar como voz dentro de un sistema permitirá una mayor apertura en el debate público, y en consecuencia el régimen será un tanto más representativo cuan mayor sea el número de ciudadanos que posean este derecho.

Al contrastar ambas definiciones lo que sobresalen son los derechos de libertad con los que deben contar los ciudadanos tanto para tomar decisiones, como para manifestar prioridades durante el debate público, ejerciendo así su participación que logrará una mayor representatividad del régimen.

Es así como, en sentido preciso la democracia será considerada como una forma de gobierno que establece mecanismos para la convivencia social en la que todos sus habitantes son libres e iguales ante la ley y las relaciones sociales se establecen de acuerdo a mecanismos contractuales, además que se encuentra basada en lo público, aspecto que puede desarrollarse a la hora de elegir a los gobernantes.

No podemos decir que contamos con un Estado democrático si éste no cuenta con dos instrumentos que son esenciales: por un lado la transparencia y por otro la rendición de cuentas. La primera entendida como condición absolutamente

---

<sup>9</sup> Bobbio. *op. cit.*, p. 34



necesaria de apertura de la función administrativa, que debe guardar en todo momento el Estado; compromiso que asume a partir de cualquiera de sus organismos y que consiste en dar a conocer toda la información que genere sobre los asuntos públicos que le sean solicitados. Teniendo además implícita la obligación de no entorpecer u obstaculizar el libre flujo de información.

El segundo instrumento, la rendición de cuentas, puede entenderse como control, derecho unilateral a favor del gobernado que le permita vigilar las acciones de gobierno por medio de la información que este mismo le proporcione, cerrando así un ciclo del proceso de la comunicación sin alteraciones.

## **2.1 Acceso a la información y Ley de transparencia**

Para comprender la importancia que tiene el acceso a la información, debemos decir primeramente que información es el conjunto de datos o conocimientos, a los que habiéndoseles dado forma y estructura determinada traen consigo un mensaje. Entonces, informar es la acción de dar a conocer precisamente ese conjunto de datos estructurados. Para J. Antonio Paoli, quién estudia a la información a partir del proceso de comunicación, ésta representa un conjunto de mecanismos necesarios que hacen posible al individuo retomar los datos que se encuentran en el medio en el que se desenvuelve para una vez estructurándolos de una manera determinada le sirvan de guía de acción.<sup>10</sup>

Será importante poder distinguir que el derecho en el acceso a la información puede interpretarse de tres manera diferentes, es decir, como garantía social, como garantía individual y como derecho humano.

- *Derecho a la información como garantía social* se refiere, Jorge Carpizo McGregor, lo expone de la siguiente manera:

---

<sup>10</sup> Soto, Gama Daniel. *“Principios generales del derecho a la Información”*. Instituto de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios. México, 2010. p. 25



- “El derecho a la información es una “*garantía social*” cuyo titular es la sociedad; este derecho significa que la información no se manipule, sea objetiva, no se deforme y contribuya a dar opciones a la decisión política del ciudadano y la enriquezca”.<sup>11</sup>

La comunidad tienen derecho a que se le informe con veracidad y que el Estado sea el garante de esa situación. En esta postura se entiende que el conjunto de individuos que conforman la sociedad, ejercen una participación que provoca cambios en la vida política del país. Aunque por otro lado, la participación ciudadana propicia que el acceso a la información sea visto como un canal para llegar a esta participación.

Con base a lo anterior, se entiende que el acceso a la información se da por el interés de la sociedad de estar informada, buscando que esta información sea un mecanismo en la búsqueda de sus derechos, y la toma de decisiones en referencia a su gobierno.

El derecho a la información, inicialmente se originó desde el momento en que los ciudadanos se encontraron en la necesidad de informar y ser informados. Pues la acción de informar y ser informados mantiene un doble vínculo que explica el proceso de la comunicación, habiendo una retroalimentación del mismo.

Esto ayudó a que de manera paulatina se originaran diversas libertades como la libertad de expresión, libertad de prensa, y libertad de imprenta. Pero sobre todo, cuando la sociedad se da a la tarea de revisar las actividades de su gobierno hace uso de manera directa del derecho de información.

El ejercicio del Derecho a la información como garantía individual implica cuando un individuo en lo particular requiere información al Estado, pues le es necesario para su propio beneficio, para el ejercicio de otro derecho.

---

<sup>11</sup> Carpizo, Jorge y Carbonell, Miguel (coords.), “*El Derecho a la Información y Derechos Humanos*”. Editorial Porrúa. México, 2003.



El objetivo que ha de cumplir la información y el sujeto que ha de ser su titular, es lo que marca la diferencia de la identificación si se está ante el ejercicio de una garantía social o una garantía individual.<sup>12</sup>

Por ello, el Estado debe asentar, proteger y respetar este derecho mediante la creación de un orden jurídico, que posibilite el desenvolvimiento de las personas en su ejercicio.

- *Derecho a la información como derecho humano* hace referencia a las prerrogativas inherentes a la dignidad humana, y el acceso a la información se concibe como un requisito indispensable para considerar a un Estado como democrático; de tal manera que, al ser un derecho instituye una atribución fundamental del ser humano.

Esto se encuentra corroborado en la Declaración Universal de los Derechos Humanos en el artículo 19:

*Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; éste derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión<sup>13</sup>*

Pero ¿Por qué hasta 1948 con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, es cuando la libertad de información se tutela legalmente?. La explicación a esta interrogante la ofrece un interesante estudio de la UNESCO, que declara:

*Mientras la comunicación interpersonal fue la única forma de comunicación humana, el derecho a la libertad de opinión era el único derecho a la comunicación. Más adelante, con la invención de la imprenta se añadió el derecho de expresión. Y más tarde aún, a medida que se desarrollaban los grandes medios de comunicación, el derecho a buscar,*

---

<sup>12</sup> Soto. *op. cit.*, p. 68

<sup>13</sup> Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948.



*recibir e impartir información pasó a ser la preocupación principal. Desde este punto de vista, el orden de los derechos específicos enumerados en el art. 19 (de la Declaración Universal), traza una progresión histórica: opinión, expresión, información.*<sup>14</sup>

Independientemente de que el derecho a la información se considere una garantía individual o una garantía social, es indudable que estamos ante un derecho humano, y es a la luz de esta interpretación en que ha de encontrarse mayor amplitud y satisfacción en su ejercicio.

Con este impulso de establecer legalmente la libertad de información fue posible fijarle ciertas características. Inicialmente debe resaltarse que la información es una función pública pues el objetivo de informar será para satisfacer el derecho de los individuos de percibir información veraz, completa y objetiva.

La información sufrirá una transformación de garantía supranacional, ya que al ser un derecho mantendrá el respaldo de protección, frente a los intereses del Estado por interrumpir la trascendencia de esta libertad.

Esta información tendrá el carácter de ser un objeto plural, puesto que es necesario que exista una dosis de libertad de controversia política entre las versiones opuestas de información de un hecho de trascendencia; acción que se perfila con la democracia.

El acceso a la información es “el derecho fundamental que toda persona posee para atraerse de información, a informar y a ser informado”,<sup>15</sup> es además concebido como una herramienta legal de las personas para transparentar la gestión pública y exigir una rendición de cuentas a quienes ejercen el poder público.

Con base a lo anterior, Villanueva muestra tres aspectos importantes que comprenden el acceso a la información considerada como garantía fundamental:

---

<sup>14</sup> Informe UNESCO 19 c/93, 16 de agosto de 1976.

<sup>15</sup> Villanueva, Ernesto. “*Derecho de Acceso a la Información Pública en Latinoamérica*”. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. México, 2003.p. XVII



- a) El derecho de atraerse de información, que incluye las facultades de:
  - i) acceso a los archivos, registros y documentos públicos y,
  - ii) la decisión de que medio se lee, se escucha o se contempla.
- b) El derecho a informar incluye:
  - i) las libertades de expresión y de imprenta y,
  - ii) el de constitución de empresas y sociedades informativas.
- c) El derecho a ser informado incluye las facultades de:
  - i) recibir información objetiva y oportuna,
  - ii) la cual debe ser completa, es decir, el derecho a enterarse de todas las noticias y,
  - iii) con carácter universal, o sea, que la información es para todas las personas sin exclusión alguna.<sup>16</sup>

Sin embargo, se pueden identificar dentro del acceso a la información algunas bases que la hacen lo posible como derecho; tales son de *acceso universal, de máxima publicidad, de gratuidad, de celeridad y de accesibilidad*.<sup>17</sup>

En primer lugar, *el acceso universal* indica que en el derecho de acceso a la información cualquier persona está capacitada para solicitar información, sin necesidad de acreditar el interés para lo cual la solicitan; queda entendido que este ejercicio se encuentra abierto para la sociedad en general.

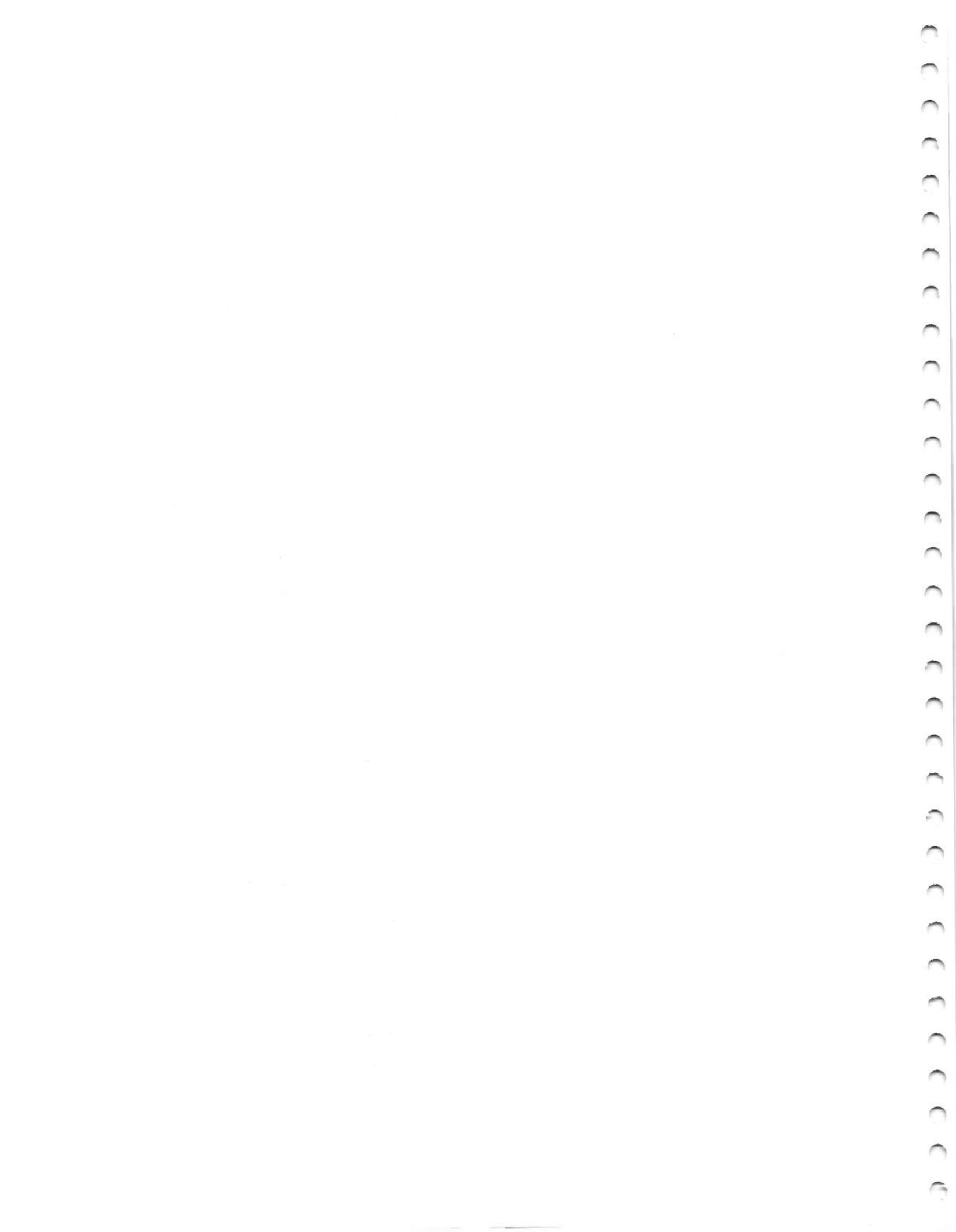
*El principio de máxima publicidad* refiere que toda la información, archivos o documentos, independientemente de la modalidad en que exista; sea escrita, sonora, visual electrónica, que posean los órganos integrantes del Estado encargados del ejercicio del poder, tienen carácter de información pública, sin que ello implique que su acceso sea limitado.

Es importante anotar que el término *publicidad* hace alusión al hecho de hacer públicos un conjunto de datos sobre las distintas entidades públicas que permitan

---

<sup>16</sup> Villanueva, Ernesto. *“Régimen Jurídico de las Libertades de Expresión e Información en México”*. México: Instituciones de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, 1998.

<sup>17</sup> *Ibíd.*, p. LIX



a las personas saber dónde buscar con mayor precisión aquella información que es de su interés.

Por su parte el principio de *gratuidad* de acceso a la información pública asegura que el mayor número posible de personas pueda desempeñar este derecho, sin que la condición económica afecte para conseguirlo.

El principio de *celeridad* consiste principalmente en que la obtención de la información sea de manera rápida, evitando de esta forma los trámites lentos. Y finalmente el principio de *accesibilidad* está identificado como un mecanismo por el cual se busca que el acceso a la información se otorgue mediante técnicas factibles y sencillas para que sean respondidas a la prontitud.

Las cinco bases mencionadas anteriormente son significativas porque de algún u otro modo sientan las bases para establecer la orientación en el ejercicio, protección y acceso al derecho fundamental que tenemos los seres humanos para atraernos de información, informar y ser informados.

La ley de Transparencia se encuentra muy vinculada con el derecho al acceso a la información ya que se encarga de proveer lo necesario para garantizar el acceso de toda persona a la información en posesión de los Poderes de la Unión, los órganos constitucionales autónomos o con autonomía legal, y cualquier otra entidad federal. Aunque se estipula también que la publicidad de la información debe respetar la privacidad de los individuos, y por ende esta ley define una serie de pautas para el tratamiento de la información personal hasta la publicación de la Ley Federal de Protección de Datos Personales.

### **2.1.1 Acceso a la información y Ley de transparencia en México**

En la Constitución Mexicana de los Estados Unidos Mexicanos se acentúa la presencia de las garantías individuales, las cuales se encuentran comprendidas en los artículos 1° al 29; conformando así la parte dogmática de la Carta Magna.

México también por su parte ha regulado el derecho de acceso a la información en su legislación interna, puesto que desde que se suscitó reforma política en 1977 propuesta por el ex presidente José López Portillo, es cuando México introduce en



su artículo 6° constitucional la garantía individual de acceso a la información, producto de la oleada denominada “transparencia” que se da en las últimas décadas del siglo XX.

La adición al numeral 6° fue:

*El derecho de acceso a la información será garantizado por el Estado, dicha prerrogativa pasó a convertirse en una verdadera garantía individual de los mexicanos.*<sup>18</sup>

Esto manifestaba que por un lado la libertad de expresión como garantía individual y el derecho a la información como garantía social de los receptores de la información garantizaría el pluralismo ideológico de la sociedad; además de que el Estado tenía la obligación de informar de manera clara y exuberante a la nación. Esto se menciona en relación al dictamen final en el sentido de que el derecho a la información es una garantía social que intervendrá de manera sustancial en la opinión pública. Sin embargo, hasta los inicios del presente siglo es cuando los conceptos de transparencia y acceso a la información, figuran en los foros de discusión realizados con motivo de la consolidación democrática y de la reforma del Estado.

Los cambios trascendentales del país en la transformación y modernización de nuestro sistema jurídico, se materializó en la cuestión del derecho de acceso a la información, el día 30 de abril del año 2002, cuando el Congreso de la Unión, aprobó por unanimidad la creación de “Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental”, misma que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 11 de junio de 2002, con el fin de regular la prerrogativa, proviniendo lo necesario para garantizar el derecho de acceso de

---

<sup>18</sup> *Decreto constitucional para la libertad de la América mexicana*, sancionado en Apatzingán, 22 de Octubre de 1814. Artículo 40.



toda persona a la información en posesión de los Poderes de la Unión, los órganos constitucionales autónomos o con autonomía legal, y cualquier otra entidad federal, y que entró en vigor el día 12 del mismo mes y año de su publicación.<sup>19</sup>

La Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental en uno de sus artículos provee la invención de un organismo autónomo que asegure las funciones de promoción y difusión del derecho en el acceso de la información, siendo este el Instituto Federal de Acceso a la Información y protección de datos (IFAI), el cual busca garantizar a los ciudadanos la información pública gubernamental y la privacidad de sus datos personales, así como para promover en la sociedad y en el gobierno la cultura del acceso a la información, la rendición de cuentas y el derecho a la privacidad.

En México el derecho a la información y el de libertad de expresión-que se ahondara más adelante- se encuentran presentes en los artículos 6º y 7º.

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, la vida privada o los derechos de terceros, 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 7o. Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.

---

<sup>19</sup> Martínez, Becerril Rigoberto. *“El derecho de acceso a la información en México, su ejercicio y medios de impugnación”*. Instituto de Acceso a la Información del Estado de México. México, 2009, p. 13



Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el artículo 6o. de esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito.<sup>20</sup>

Algunas leyes y decretos que también respaldan el derecho a la información en nuestro país son:

- 1) La ley de imprenta,
- 2) La Ley Federal de Radio y Televisión,
- 3) La ley de vías generales de comunicación,
- 4) La ley de cinematografía,
- 5) La ley Federal de Tele comunicaciones,
- 6) El reglamento sobre publicaciones y revistas ilustradas,
- 7) Los reglamentos de La ley Federal de Radio y Televisión; de la Industria cinematográfica,
- 8) El Reglamento del Servicio de Televisión por cable.

Es importante resaltar que el derecho a la información en nuestro país, aparte de ser contemplado por las normas expedidas en el mismo, también hay otras que se hallan contenidas en los instrumentos internacionales en los que México ha ratificado.

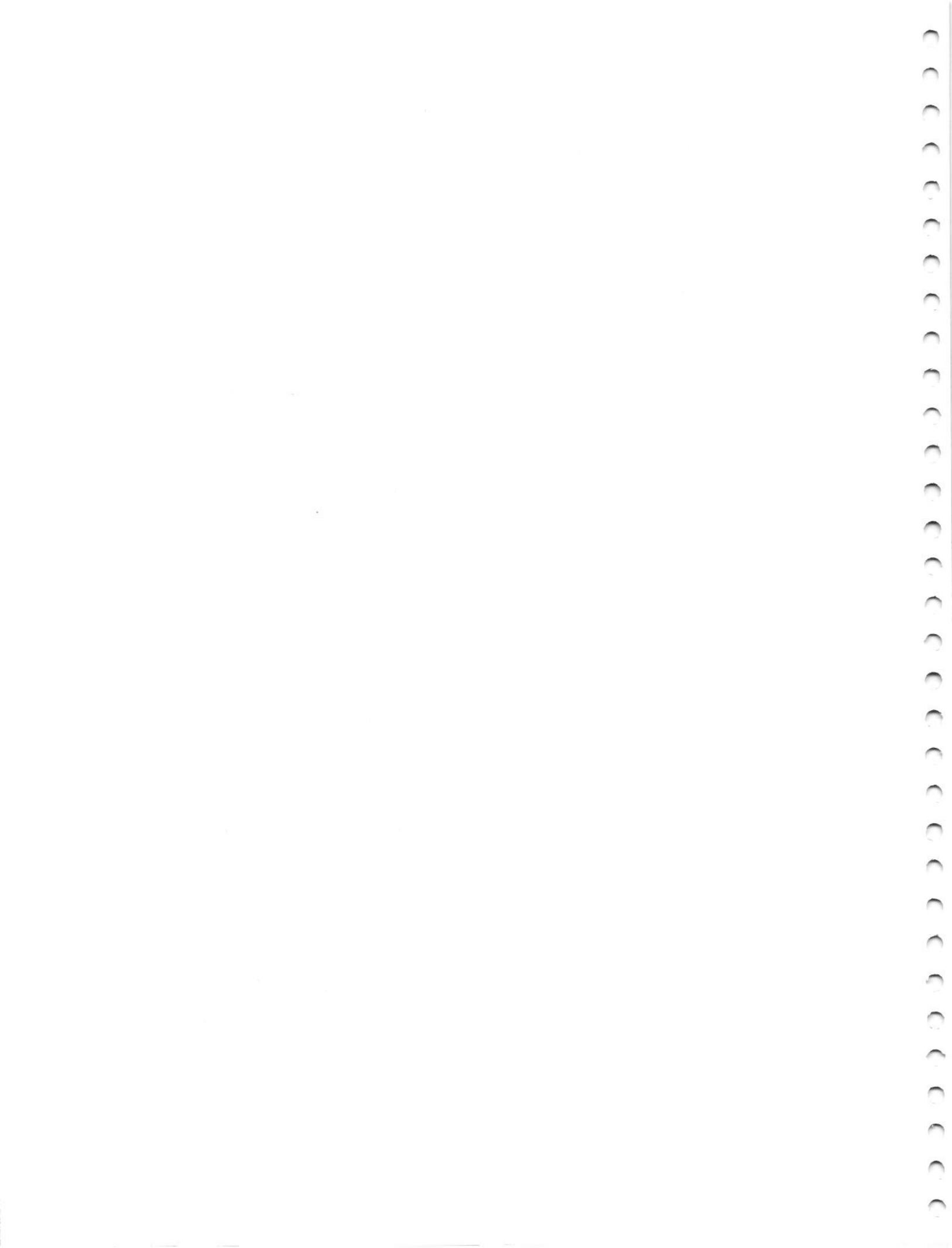
## **2.2 Libertad de Expresión**

Haciendo hincapié a la libertad de expresión se puede decir que ha sido y es uno de los derechos vitales del hombre, instaurado como garantía individual después de un proceso de transición para que fuese considerada como tal.

Como anteriormente se aludió, el acceso a la información como un derecho fundamental tiene se reconocimiento legal en el artículo 19 de Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 y del mismo modo la libertad de

---

<sup>20</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917. Última reforma publicada DOF 10-02-2014.



expresión encontró aquí su fundamento. No obstante, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos en 1966 también ratifica esta libertad de expresión en unos de sus artículos; en el que dispone que:

*Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de actividades públicas y sin consideración de fronteras (...) El ejercicio de estas libertades, que entrañan deberes y responsabilidades, podrá ser sometido a ciertas formalidades, condiciones, restricciones o sanciones, previstas por la ley, que constituyan medidas necesarias, en una sociedad democrática, para la seguridad nacional, la integridad territorial o la seguridad pública, la defensa del orden y la prevención del delito, la protección de la salud o de la moral, la protección de la reputación o de los derechos ajenos, para impedir la divulgación de informaciones confidenciales o para garantizar la autoridad y la imparcialidad del poder judicial.*<sup>21</sup>

La Declaración Francesa de 1989 también retoma la libertad de expresión en el artículo 10°, en el cual estipula:

*Nadie puede ser molestado por sus opiniones, aun religiosas, con tal que su manifestación no trastorne el orden público establecido por la ley*<sup>22</sup>

Por lo tanto, la libertad es el atributo de la persona y el derecho es el procedimiento e institución establecido por la norma jurídica positiva para hacer

---

<sup>21</sup> Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Adoptado y abierto a la firma, ratificación y adhesión por la Asamblea General en su resolución 2200 A (XXI), de 16 de diciembre de 1966.

<sup>22</sup> Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano. 1789



efectiva esa libertad en el plano de la convivencia regulada legítimamente.<sup>23</sup> Cabe hacer mención que aunque la libertad sea un derecho del individuo, en una sociedad organizada políticamente se verá limitada por el orden que en ella se establece. En el ordenamiento constitucional no existen las libertades absolutas. Pero en un sistema democrático constitucional esas limitaciones a la libertad deben de ser razonables, respondiendo a la necesidad de salvaguardar los intereses individuales y los intereses de la comunidad, y satisfaciendo el bien común se motiva la creación de la organización política global. Es por ello que las limitaciones a la libertad no pueden conducir a su total desconocimiento, y que sus regulaciones deben ser objeto de una interpretación restrictiva.

En efecto, si a las personas se les niega el acceso a la información, si no se les permite expresar todos sus pensamientos, si se las priva de la posibilidad de influir y de recibir influencia de las opiniones de otros, la expresión de sus ideas no será libre, y sin libertad de expresión no puede haber participación ni decisión democrática.

En cuanto a lo que respecta la libertad de expresión al ser una cuestión fundamental del ser humano que se encuentra ligado a la dignidad, es concebida también como un instrumento para conseguir beneficios en la comunidad mediante la expresión, dando una pauta para el autogobierno mediante las demandas al sistema.

### **2.2.1 Libertad de expresión en México**

En México, el primer antecedente de libertad de expresión se remonta al artículo 40 del Decreto Constitucional para la Libertad de la América Mexicana, ratificada en Apatzingán en 1814, en donde se establecía que:

*La libertad de hablar, de discutir y manifestar sus opiniones por medio de la imprenta, no debe prohibirse a ningún ciudadano, a menos que en sus*

---

<sup>23</sup> Villanueva, Ernesto y Gómez Perla. "Indicadores en materia de derecho de la información". Libertad de información- México A.C. México, 2007, p. 15



*producciones ataque el dogma, turbe la tranquilidad pública u ofenda el honor de sus ciudadanos.*

En la actualidad, la libertad como derecho, al igual que el acceso a la información se ubica en los artículos 6º y 7º de la Constitución. Basándonos en el artículo 6º nos damos cuenta que existen ciertas limitantes a la libertad de expresión, cuando se ven atacados la moral, los derechos de tercero, cuando se provoca algún delito, o se perturbe el orden público.

Sin embargo, hay cuestiones en las que el artículo 6º resulta muy ambiguo, pues no especifica con claridad la noción de moral; será necesario concretar más cuáles son los actos considerados como impúdicos, obscenos o contrarios al pudor público. A falta de un concepto claro y exacto, determinado juez debe fijar reglas para comprender cuál es la percepción media de las personas, y con base a ello, recurrir a los procedimientos de comprobación para resolver estas cuestiones. Desafortunadamente en algunos de los artículos de nuestra constitución están redactados de manera tácita, y hay que sobreentenderlos en cada una de las situaciones.

Los medios de comunicación son una vía para el ejercicio de la libertad de expresión, que permite mantener informada a la población de manera plural, colocando los diferentes puntos de vista.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos desarrolla que en principio la libertad de expresión requiere que los medios de comunicación estén virtualmente abiertos a todos sin discriminación o, más exactamente, que no haya individuos o grupos que a priori estén excluidos del acceso a tales medios; exige igualmente ciertas condiciones respecto de éstos, de manera que, en la práctica sean verdaderos instrumentos de esa libertad y no vehículos para restringirla.

Son los medios de comunicación social los que sirven para materializar el ejercicio de la libertad de expresión, de tal modo que sus condiciones de funcionamiento deben adecuarse a los requerimientos de esa libertad. Para ello es indispensable



la pluralidad de medios y la prohibición de todo monopolio respecto de ellos, cualquiera fuera la forma que pretenda adoptar.

Actualmente la problemática en México radica en que el acceso a los medios es restringido, la idea de servicio público ha sido sustituida por la lógica de mercado – que tiene como premisa que quien tiene dinero paga y quien no, queda fuera de la posibilidad de acceder a este espacio-.<sup>24</sup>

Este es un ejemplo de las limitantes en el amplio ejercicio de la libertad de expresión que regula a los medios electrónicos, que han llegado a confundir este derecho como un producto de oferta y demanda en la medida de los intereses de quienes son dueños de estos espacios, y de los grupos con los que se vinculan de manera cercana (en los círculos de poder político y económico que tienen el control y el poder), ya que mantener controlada la información permite tomar decisiones lejos de las miradas y las críticas de otros grupos, beneficiar ciertos intereses sobre otros sin dar explicación al respecto, esconder los errores y las fallas cometidas en la gestión del gobierno, y facilitar la opacidad que favorece las condiciones para la corrupción.

El control de la información por parte de los medios hace en cierto modo más fácil la tarea de gobernar, y como siempre sucede a costa de los derechos y los intereses de la ciudadanía en su conjunto.

### **2.3 Derecho de Replica**

El derecho de réplica tiene sus orígenes en Francia mediante una iniciativa de ley en 1798. Sin embargo el proyecto original no prosperó pero contenía dos artículos que daban el reconocimiento a la respuesta que podía dar un ciudadano que se sintiera ofendido en su reputación por un medio de comunicación escrita.

El derecho de réplica puede definirse entonces como la facultad que tienen las personas que han sido aludidas en un medio de comunicación para dar a conocer

---

<sup>24</sup> Solís, Brisa Maya. *“La discriminación en los medios de comunicación”*. México, CONAPRED, 2006.



su respuesta en la aclaración de los hechos, para defender su fama pública. Es entendido como un derecho fundamental de la sociedad delante de los medios.

Lo importante de este derecho es que posibilita que la persona ya sea física o jurídica pueda exigir la compensación del daño ocasionado en la declaración que haya efectuado el medio de información.

Me parece fundamental la visión del especialista Ernesto Villanueva, quién por su parte en una entrevista señaló al respecto lo siguiente:

“(…) El derecho de réplica se puede definir como "la facultad que se concede a una persona, física o jurídica, que se considere perjudicada en su honor, prestigio o dignidad, por una información, noticia o comentario, publicada en un medio de comunicación social y que le lleva a exigir la reparación del daño sufrido mediante la inserción de la correspondiente aclaración, en el mismo medio de comunicación e idéntica forma en que fue lesionado".<sup>25</sup>

El derecho de respuesta o réplica representa el primer instrumento con que cuenta el ciudadano para acceder a los medios de comunicación para hacer valer sus puntos de vista sobre hechos que lesionen sus garantías públicas.<sup>26</sup>

Básicamente este derecho permite al ciudadano responder a la defensa de su honor y reputación de su imagen que se haya visto afectada por la difusión imprecisa de los medios; además que es un instrumento que busca la amplitud en la veracidad de la información que los medios difunden.

---

<sup>25</sup> Camarena, Salvador (entrevistador), et Trejo Raúl (entrevistado). "El derecho de réplica en los medios de comunicación". W Radio, 2010. Tomado de [http://www.wradio.com.mx/escucha/archivo\\_de\\_audio/raul-trejo-delarbre-el-derecho-de-replica-en-los-medios-de-comunicacion/20100318/oir/972173.aspx](http://www.wradio.com.mx/escucha/archivo_de_audio/raul-trejo-delarbre-el-derecho-de-replica-en-los-medios-de-comunicacion/20100318/oir/972173.aspx)

<sup>26</sup> Dictamen por con proyecto de decreto por el que se expide la ley reglamentaria del artículo 6o. constitucional en materia del derecho de réplica y se reforman las fracciones VI Y VII y se adiciona con una fracción viii al artículo 53 de la ley orgánica del poder judicial de la federación. México, 2010. P. 21



### 2.3.1 Derecho de réplica en México

Al ubicar este derecho en las leyes mexicanas nos damos cuenta que desafortunadamente es un derecho que está en las leyes pero a veces establecido de manera tan tortuosa que prácticamente no se cumple. Deberían de existir reglas claras para que todos los medios publiquen las declaraciones de los casos en los cuales hay ciudadanos que han sido claramente aludidos en los contenidos de estos medios de comunicación.

Hay una ventana de oportunidad en los medios electrónicos para que los ciudadanos tengan el derecho de réplica, sin embargo los medios la limitan”.<sup>27</sup>

El derecho de réplica no es una institución nueva en nuestro país, pues está establecido en diferentes ordenamientos, como la Ley de Imprenta, vigente desde 1917, el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión, y el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Será importante ahondar en ella como una reglamentación que rige este derecho.

La Ley de Imprenta fue expedida por Venustiano Carranza y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de abril de 1917, con el objeto de reglamentar, de forma provisional, los artículos 6º y 7º de la Constitución Federal.

La Ley de Imprenta, en su artículo 27, establece lo siguiente:

Artículo 27: Los periódicos tendrán la obligación de publicar gratuitamente las rectificaciones o respuestas que las autoridades, empleados o particulares quieran dar a las alusiones que se hagan en artículos, editoriales, párrafos, o entrevistas, siempre que la respuesta se dé dentro de los ocho días siguientes a la publicación que no sea mayor su extensión del triple del párrafo o artículo en que

---

<sup>27</sup> Camarena, Salvador (entrevistador), et Trejo Raúl (entrevistado). “El derecho de réplica en los medios de comunicación”. W Radio, 2010. Tomado de [http://www.wradio.com.mx/escucha/archivo\\_de\\_audio/raul-trejo-delarbre-el-derecho-de-replica-en-los-medios-de-comunicacion/20100318/oir/972173.aspx](http://www.wradio.com.mx/escucha/archivo_de_audio/raul-trejo-delarbre-el-derecho-de-replica-en-los-medios-de-comunicacion/20100318/oir/972173.aspx)



se contenga la alusión que se contesta, tratándose de autoridades, o del doble, tratándose de particulares; que no se usen injurias o expresiones contrarias al decoro del periodista que no haya ataques a terceras personas y que no se cometa alguna infracción de la presente ley.<sup>28</sup>

Con base a ello, Raúl Trejo Delarbre -investigador del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM— expresa:

*“La ley de imprenta es la más antigua, pero no necesariamente la más obsoleta de las normas mexicanas en materia de comunicación. Existen docenas de leyes, reglamentos, decretos y otros ordenamientos que contienen disposiciones relativas a los medios. Esa dispersión implica, entre otras consecuencias, la imposibilidad de ubicar legalmente y regular a los medios de manera clara, equitativa y capaz de ser cumplida por todos los actores del proceso de comunicación; porque aunque establece el derecho de réplica, está orientada por una moralidad tan anticuada que, si se pusiera en práctica, implicaría la censura de numerosas publicaciones que hoy circulan”.*<sup>29</sup>

Con las reglas recientemente aprobadas en 2013 para el derecho de réplica, queda asentando que este derecho puede ser reclamado cuando se divulguen hechos que le aludan, que sean inexactos o falsos, cuya divulgación le cause un agravio ya sea político, económico, en su honor, vida privada y/o imagen de cualquier ciudadano, incluidos funcionarios públicos y candidatos electorales. La ley reglamentaria indica que los medios están obligados a ofrecer de forma gratuita un espacio equivalente al usado por la información reclamada para

---

<sup>28</sup> Ley de Imprenta. Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de abril de 1917. Artículo 27.

<sup>29</sup> Torres, Mariana. (2010). “Ley de Imprenta: casi centenaria y obsoleta”. Tomado de: [http://www.kajanegra.com/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=629:casi-centenaria-una-ley-vieja-y-obsoleta&Itemid=9](http://www.kajanegra.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=629:casi-centenaria-una-ley-vieja-y-obsoleta&Itemid=9)



realizar aclaraciones o probar que el medio de comunicación realizó afirmaciones falsas o inexactas.

Aunque, ciertamente como lo menciona el investigador Raúl Trejo creo que es pertinente analizar más a fondo lo que en realidad incluye dicha Ley, puesto que, aunque se encuentra vigente tiene que ser revisada y adecuada a las exigencias actuales, estableciendo de algún modo nuevos lineamientos claros que a la vez permitan el acceso a los medios en busca de nuestro derecho de acceso a la información, sin que estos limiten la libertad de expresión y de réplica. Debemos tener presente que al vivir en una democracia debemos contar con una amplia apertura de libertad de expresión y así mismo de replica

#### **2.4 Pluralidad de medios**

La pluralidad mediática es fundamental para descentralizar la concentración de poder, pues de algún modo sirve para debilitar los intereses y alianzas que se generan entre gobierno y medios, es decir, la relación del gobierno como cliente de los medios al adquirir publicidad, pero también como fuente de información de la que dependen los mismos, y que desemboca en una acumulación del conocimiento en manos de empresas y una comunicación política artificial y altamente controlada.

En palabras de Socorro Apreza:

*“La pluralidad de fuentes informativas contrapuestas y la apertura a diversas corrientes de opinión e ideas garantizan a los ciudadanos la posibilidad de ponderar opiniones ideológicas diversas e incluso contrapuesta. Dispondrán, así, de la materia prima para formar sus opiniones, para su posterior manifestación o difusión, iniciándose el proceso de debate y la toma de posturas, como apunta Habermas, los flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se*



*condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos*".<sup>30</sup>

Cuando existe una concentración de los medios de masas se puede instrumentar también el ejercicio de la libertad de expresión y el debate político. En la medida en que la prensa y la TV sean pluralistas y den cabida a todos los puntos de vista que existen en la sociedad, los ciudadanos tendrán mayor posibilidad de formarse opiniones sólidas y participar en el debate público.

En esta línea es posible identificar que la pluralidad de medios radica en que exista un número mayor de los mismos, que sus informaciones presentadas independientemente en cada uno de ellos sean contrapuestas entre sí, y que los ciudadanos puedan tener el libre acceso a ellos. Si no existe una diversidad en las fuentes de información se restringe la libre elección de los individuos.

#### **2.4.1 Pluralidad de Medios en México**

La pluralidad informativa es un aspecto fundamental para la democracia en nuestro país, ya que representa la posibilidad de la sociedad a acceder a los diversos puntos de vista y posiciones en el espacio público.

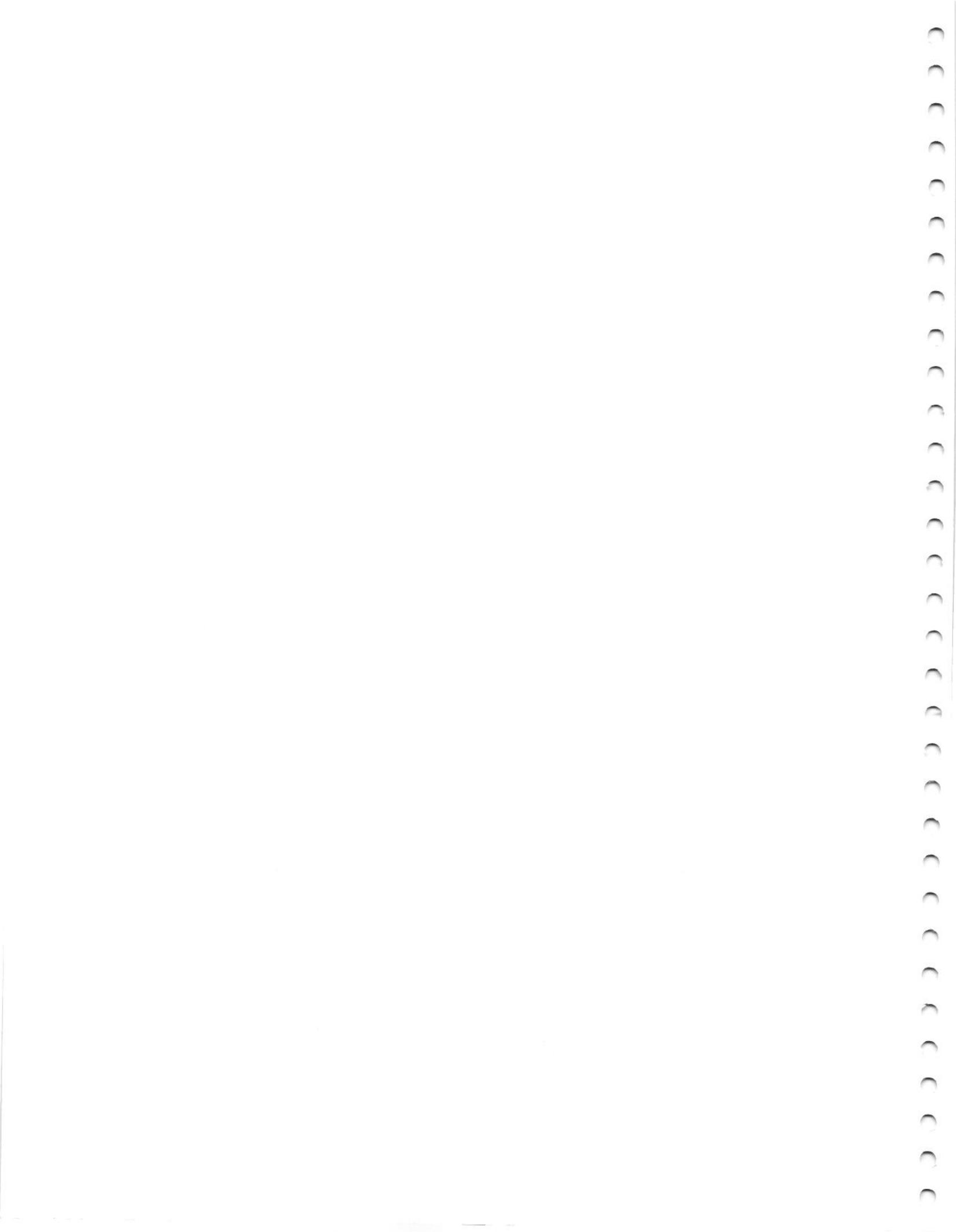
Socorro Apreza en uno de sus estudios, incluye el análisis de Gisbert Bustos, quien identifica varias manifestaciones de concentración, siendo éstas la vertical, horizontal, multimedia y multisectorial.<sup>31</sup>

El tipo de *concentración vertical* supone que una empresa o grupo de ellas controla el proceso de fabricación y comercialización de un negocio, ya sea para evitar la dependencia de suministradores, o con el fin de aumentar su rentabilidad. En el caso mexicano Apreza estima que el ejemplo más claro de la concentración vertical de los medios lo constituye el Grupo Televisa.

---

<sup>30</sup> Apreza, Salgado Socorro. "Concentración de medios versus pluralismo informativo externo". México, p. 63-64

<sup>31</sup> *Ibidem.* p. 70-72



Por otro lado en la *concentración horizontal*, una empresa o grupo de empresas poseen medios de la misma naturaleza en uno o varios mercados situados en la misma fase comercial. La *concentración multimedia* por su parte, se da entre varios medios de comunicación de tipo diferente; aquí los ejemplos más claros son Grupo Televisa y Teléfonos de México.

Por último la *concentración multisectorial* se trata de empresas que participan en otros sectores económicos y obtienen un control sobre los medios de comunicación con la finalidad de defender sus intereses. En esta situación el ejemplo más claro lo supone el grupo TV Azteca que posee empresas en el mercado de la comunicación, en el financiero y en el comercio (Banco Azteca, Afore Azteca y Grupo Elektra).

Como menciona Raúl Trejo:

*“En México las dos empresas principales televisivas acaparan el 94% de las frecuencias para televisión comercial. Esos consorcios tienen tanta influencia que no se puede considerar que haya un auténtico mercado en las telecomunicaciones y la radiodifusión. Pero además, el poder político que han acumulado en no pocas ocasiones ha pesado en decisiones de los principales partidos y del gobierno mismo”.*<sup>32</sup>

Sin embargo, en el 2000 en el marco de la transición en el poder Ejecutivo, se abrió la posibilidad de la discusión y de generar un nuevo marco normativo para los medios de comunicación y las telecomunicaciones; por un lado para la explotación del espacio radioeléctrico, y por otro para generar líneas de contenidos informativos al servicio de quienes estaban a cargo de la conducción del país desde los espacios de gobierno. Empero, la discusión y los resultados fueron en retroceso, culminando una etapa en el 2006 con la “Ley Televisa”, la

---

<sup>32</sup> Trejo, Raúl. (20113, 12 marzo). “Menos poder a los viejos consorcios, más pluralidad de medios en México”. El país. Tomado de: [http://elpais.com/elpais/2013/03/12/opinion/1363057518\\_532970.html](http://elpais.com/elpais/2013/03/12/opinion/1363057518_532970.html)



cual no tomó en cuenta la necesidad de generar las condiciones para la pluralidad informativa como elemento indispensable para el ejercicio de la libertad de expresión, no sólo de los medios sino de la ciudadanía y la sociedad en su conjunto.

Ahora bien, actualmente la reforma impulsada por el Pacto por México propone establecer el fortalecimiento de los derechos vinculados con la libertad de expresión e información y el establecimiento del derecho al acceso a las tecnologías de la información, a la comunicación, y a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones; que pretende también fomentar la competencia en televisión abierta y restringida, radio, telefonía fija y móvil, servicios de datos y telecomunicaciones en general, para asegurar la competencia efectiva en todos los segmentos. Aunque esta iniciativa no muestra los mecanismo a seguir para llevarla a cabo, es necesario darle seguimiento a esta situación, pues lo que se demanda es una reforma a los medios permita una mayor pluralidad, así como amplitud a la liberta de expresión y debate.



### CAPITULO 3: LA REFORMA ELECTORAL 2007/2008 Y SU IMPACTO

Para comprender el impacto que tuvo la reforma electoral de 2007/2008 en la Ley Federal de Radio y Televisión; en los artículos 6° y 41° constitucionales; así como en el COFIPE, es pertinente repasar brevemente las reformas electorales por las que ha atravesado México.

Desde 1977 en México se han establecido siete reformas electorales: la primera de éstas fue instaurada durante el gobierno de López Portillo, sus lineamientos comenzaron a configurar el sistema de partidos en el país. La reforma política se plasmó en la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE), que fue aprobada por el Congreso en diciembre del mismo año. La LFOPPE, además de elevar a rango constitucional el reconocimiento de los partidos políticos como entidades de interés público, estaba orientada a la ampliación del sistema de partidos y la participación de éstos en el Congreso.<sup>33</sup>

Con la crisis económica de 1982 el PRI pierde credibilidad, lo cual se vio reflejado en las elecciones federales con un abstencionismo del 50%. Ante esta situación es como se establece una segunda reforma en 1986 que incluyó cambios a seis artículos de la Constitución y una nueva ley electoral, el Código Federal Electoral (CFE). Introdujo también otros cambios como fueron: suprimir el registro condicionado, permitiendo así las coaliciones y los frentes electorales, por otro lado, precisó el acceso a los medios de comunicación y recursos económicos; incrementó el número de diputados plurinominales de 100 a 200, conservando en 300 el número de los diputados uninominales y dispuso la renovación del Senado por mitades cada tres años.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Nuestro siglo – “*La Reforma política de 1977*”. Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión.

<sup>34</sup> Tomado de Nuestro siglo. “*De la Reforma de 1986 a la modernización del proceso electoral*”. Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión.



Posterior a ello, en 1990 estando Carlos Salinas en el poder se promueve una nueva reforma política y entre sus aspectos más resaltantes está el impulso para la creación del Instituto Federal Electoral (IFE) que remplazó a la Comisión Federal Electoral (CFE), la cual dependía directamente del Secretario de Gobernación.

Esta iniciativa surgió con el fin de que el IFE fuera un organismo que organizara de manera transparente los comicios, a consecuencia del polémico resultado en las elecciones federales de 1988 con la victoria de Carlos Salinas de Gortari. A este nuevo instrumento se le dotó de personalidad jurídica como un organismo público, profesional en su desempeño y autónomo en sus decisiones, estableciendo así, los principios rectores que condujeran las actividades del mismo. Sin embargo, la Secretaría de Gobernación era quién nombraba a su máxima autoridad que era el Presidente del Consejo General.

Años más tarde, en 1993 con la aprobación de la siguiente reforma electoral que también introdujo una modificación en los artículos 48 y 49 del COFIPE en materia de financiamiento, se fijaron límites a los gastos de campaña, se establecieron reglas para la administración de los recursos y el patrimonio de los partidos y se prohibió a éstos recibir aportaciones de entidades gubernamentales, personas, partidos y organismos extranjeros y se amplió el acceso de los partidos a medios de comunicación con el fin de asegurar mayor equidad.<sup>35</sup>

Para 1994 existía un ambiente de incertidumbre por los sucesos ocurridos debido al levantamiento armado en Chiapas y el asesinato del candidato presidencial del PRI, Luis Donaldo Colosio. Así, es como se instaura la siguiente reforma electoral promovida igual que las dos anteriores por el presidente Carlos Salinas, que sólo muestra una modificación en el artículo 41 constitucional determinando autonomía y ciudadanización del IFE, de tal forma que el órgano superior de dirección del mismo se integrara por consejeros ciudadanos designados por los poderes

---

<sup>35</sup> García Bartolo, Moisés Sinuhe. *“Las reformas electorales a nivel federal en México”*. Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco. México. 2011. p. 82-83



Legislativo y Ejecutivo y por representantes de los partidos políticos. A diferencia de la reforma de 1990, está al incorporar la figura de consejero ciudadano, ciudadaniza la organización de las lecciones y confiere a los partidos políticos voz pero no voto en la toma de decisiones.<sup>36</sup>

También se establecieron las primeras medidas de seguridad y certeza para los procesos electorales, como la doble insaculación de los ciudadanos que integran las mesas directivas de casilla, las boletas con talón foliado, las urnas transparentes, así como la acreditación de observadores electorales y visitantes extranjeros. Asimismo, modificó también el principio organizativo electoral al estipular que:

“La organización de las lecciones federales es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, en cuya integración ocurren los poderes Ejecutivo y Legislativo de la Unión con la participación de los partidos políticos nacionales y de los ciudadanos según lo disponga la ley”.<sup>37</sup>. Es importante destacar que la importancia de esta reforma fue al IFE se le otorgó mayor significación política.

En 1996 con Ernesto Zedillo en la presidencia se promueve nuevamente otra reforma electoral, que también fue conocida como la “reforma definitiva” y se encuentra referida nuevamente al contenido del artículo 41° constitucional correspondiente a la organización de las elecciones y la composición del órgano superior de dirección del IFE, es decir, su consejo general; además de que se elimina la participación del Secretario de Gobernación en las actividades del Instituto.

---

<sup>36</sup> Cárdenas García Jaime y Mijangos Borja, María de la Luz. *“Reflexiones sobre las reformas nacionales en materia electoral: 1994”*. Anuario Jurídico, Nueva Serie. 1994. p. 36

<sup>37</sup> Rabasa Gamboa, Emilio. *“Las reformas constitucionales en materia político-electoral”*. p. 162



Otra de las cuestiones importantes en este rubro es la ubicación del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) -antes (TRIFE)- en el apartado de justicia y competencia para resolver sobre la inconstitucionalidad de los actos y resoluciones controvertidos; impugnaciones, así como actos que violen los derechos políticos activos y pasivos; de esta manera, la justificación es que a partir de ello, la ciudadanía podría contar con un recurso para reclamar sus derechos políticos.<sup>38</sup>

Con base a lo anteriormente mencionado se entiende que las reformas desde 1990 hasta 1996 con la creación del IFE y el TEPJF buscaron crear una serie de normas ante la pluralidad de partidos, para que se promovieran contiendas electorales confiables y apegadas a derecho.

Ahora bien, la reforma electoral 2007/2008, fue aprobada por el Congreso de la Unión a finales de 2007 y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007 y el 14 de enero de 2008.

Esta reforma surgió como resultado del gran descontento generado por las elecciones presidenciales del 2 de julio de 2006, ya que el IFE mediante un conteo rápido asignó a Felipe Calderón Hinojosa, candidato del PAN como triunfador, a pesar que existía un pequeño margen de diferencia entre él y el candidato del PRD Andrés Manuel López Obrador.

Sin embargo, el 6 de julio Luis Carlos Ugalde Ramírez -consejero presidente del Instituto Federal Electoral- anunció que el candidato que había obtenido más sufragios en la elección presidencial era Felipe Calderón, con 15 millones 284 sufragios, contra 14 millones 756 mil 350 votos de Andrés Manuel López Obrador. Su ventaja era de apenas el 0.58%, es decir, 243 mil 934 votos, la más pequeña que haya obtenido cualquier candidato presidencial.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> *Ibíd.* p. 166

<sup>39</sup> García Bartolo, Moisés Sinuhé. *“La Construcción de un liderazgo: Esbozo biográfico de Andrés Manuel López Obrador”*. “El Cotidiano”, núm. 141, UAM-Azcapotzalco. 2007



El ambiente que se presenciaba en ese momento era crítico, pues además de la gran desconfianza que generó este resultado electoral, se presentaron algunas protestas por el PRD, el partido opositor y por el propio ex candidato de este partido, Andrés Manuel López Obrador.

Estas acciones entre las fuerzas políticas del país pusieron en tela de juicio el marco electoral vigente hasta el momento y mostraron las insuficiencias del sistema político mexicano que obstaculizaban la transición a la democracia.

Es por ello que se creía necesario adoptar una nueva legislación para que las próximas contiendas electorales fueran más confiables, con un proceso más propositivo, encaminado a un cambio en la propaganda electoral en medios de comunicación.

Esta nueva reforma electoral género modificaciones al COFIPE y a nueve artículos de la constitución. El 13 de noviembre de 2007, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto que reformó los artículos 6º, 41, 85, 99, 108, 116 y 122; adicióno el artículo 134º y derogó un párrafo al artículo 97º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Dicha reforma entró en vigor al día siguiente de su publicación.

El 14 de enero de 2008, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se expide el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), el cual abrogó el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 15 de agosto de 1990, así como sus reformas y adiciones. Dicho decreto entró en vigor al día siguiente de su publicación.

De manera general se puede mencionar que la reforma electoral tenía los siguientes puntos como prioridad:

- Disminuir el gasto público en las campañas electorales, además de poner ciertos límites a las aportaciones privadas.



- Reducir las campañas presidenciales a 90 días.
- Fortalecer las atribuciones del IFE y del TEPJF, a manera de perfeccionar sus facultades; así como la renovación escalonada de sus consejeros.
- El establecimiento del derecho a réplica
- El derecho de los partidos políticos al acceso de los medios de comunicación de manera proporcional, facultando al IFE para la administración de los tiempos que dispondrían en radio y televisión.

Algunos de los analistas hacen hincapié que esta reforma planteó un nuevo modelo en la relación entre los partidos políticos, los medios de comunicación y las campañas electorales.<sup>40</sup>

La mencionada reforma electoral estableció cambios significativos a la constitución como se hizo mención anteriormente. Ahora bien, es necesario analizar cada modificación que llevo consigo esta reforma, principalmente en los artículos 6° y 41° constitucional; ya que corresponden al uso de los medios de comunicación en cuestiones electorales; aspecto central de este estudio.

### **3.1 Cambios al artículo 41° Constitucional**

#### **Artículo 41<sup>41</sup>**

El pueblo ejerce su soberanía por medio de los Poderes de la Unión, en los casos de la competencia de éstos, y por los de los Estados, en lo que toca a sus regímenes interiores, en los términos respectivamente establecidos por la presente Constitución Federal y las particulares de los Estados, las que en ningún caso podrán contravenir las estipulaciones del pacto federal. La renovación de los

---

<sup>40</sup> Cuna Pérez, Enrique y Escamilla Cadena, Alberto. *“Reforma electoral, medios de comunicación y partidos políticos. Implicaciones y desafíos ante las elecciones del 2009”*. En “FEPADE difunde”. Número 16. México. 2008. p. 41

<sup>41</sup> Constitución de los Estados Unidos Mexicanos. 2008



Poderes Legislativo y Ejecutivo se realizará mediante elecciones, auténticas y periódicas, conforme a las siguientes bases:

I. Los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las normas y requisitos para su registro legal y las formas específicas de su intervención en el proceso electoral. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho a participar en las elecciones estatales, municipales y del Distrito Federal. Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo. Sólo los ciudadanos podrán formar partidos políticos y afiliarse libre e individualmente a ellos; por tanto, quedan prohibidas la intervención de organizaciones gremiales o con objeto social diferente en la creación de partidos y cualquier forma de afiliación corporativa. Las autoridades electorales solamente podrán intervenir en los asuntos internos de los partidos políticos en los términos que señalen la Constitución y la ley.

En este primer apartado del artículo 41°, la modificación que se aprecia es que la ciudadanía podrá participar en la vida política del país mediante la afiliación del ciudadano a algún partido político.

Solo a medida de hacer mención de lo que trata el apartado II del mismo artículo se retoma el tema de cuestiones de financiamiento. Por un lado, el financiamiento público sería destinado para el sostenimiento de sus diferentes actividades ordinarias permanentes, con su proporción que les correspondería en cada caso. Además se establece una nueva forma de distribución del financiamiento público para actividades tendientes a la obtención del voto: durante el año de elección presidencial y de la renovación de ambas cámaras del Congreso de la Unión será equivalente al 50% del financiamiento público que corresponda a cada partido por actividades ordinarias en ese mismo año; y cuando sólo se elijan diputados federales, será del 30%.



El apartado III es de suma importancia, ya que hace alusión al acceso que tienen los partidos a los medios de comunicación. El párrafo de manera textual es presentado a continuación:

III. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

Apartado A.

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

a) A partir del inicio de precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedarán a disposición del Instituto Federal Electoral cuarenta y ocho minutos diarios que serán distribuidos en dos y hasta en tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y televisión.

b) Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión; el tiempo restante se utilizará conforme a lo que determine la ley.

c) Durante las campañas electorales deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el ochenta y cinco por ciento del tiempo total disponible.

d) Las transmisiones en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las seis y las veinticuatro horas.

e) El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos se distribuirá entre los mismos conforme a lo siguiente: el treinta por ciento en forma igualitaria y el setenta por ciento restantes de acuerdo con los resultados de la elección para diputados federales inmediatos anteriores.

f) A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignará para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario.



Es importante apuntar que el IFE ejercería sus atribuciones en la materia a través de un nuevo órgano denominado Comité de Radio y Televisión, encargado de conocer y aprobar las pautas de transmisión de programas y mensajes de los partidos políticos.

En el apartado IV, quedó establecido así mismo, la duración de las precampañas y campañas electorales, mostrando una disminución en tiempo, es decir, en el año en que se efectuarán campañas presidenciales, de senadores y diputados federales, la duración sería de noventa días; a diferencia del año en que sólo se eligieran diputados federales, las campañas serían de sesenta días. Ante una posible violación quedaba asentado que se recurriría a una sanción.

En el apartado V se hace referencia al Instituto Federal Electoral en cuanto a su organización, estructura y funciones respectivas en cuanto a vigilancia y validación de las elecciones.

Queda asentado que el Consejo General se renovará de manera escalonada y se ajustan los periodos de duración para el cargo de los consejeros electorales, con la posibilidad de reelección del Consejero Presidente hasta por un periodo.

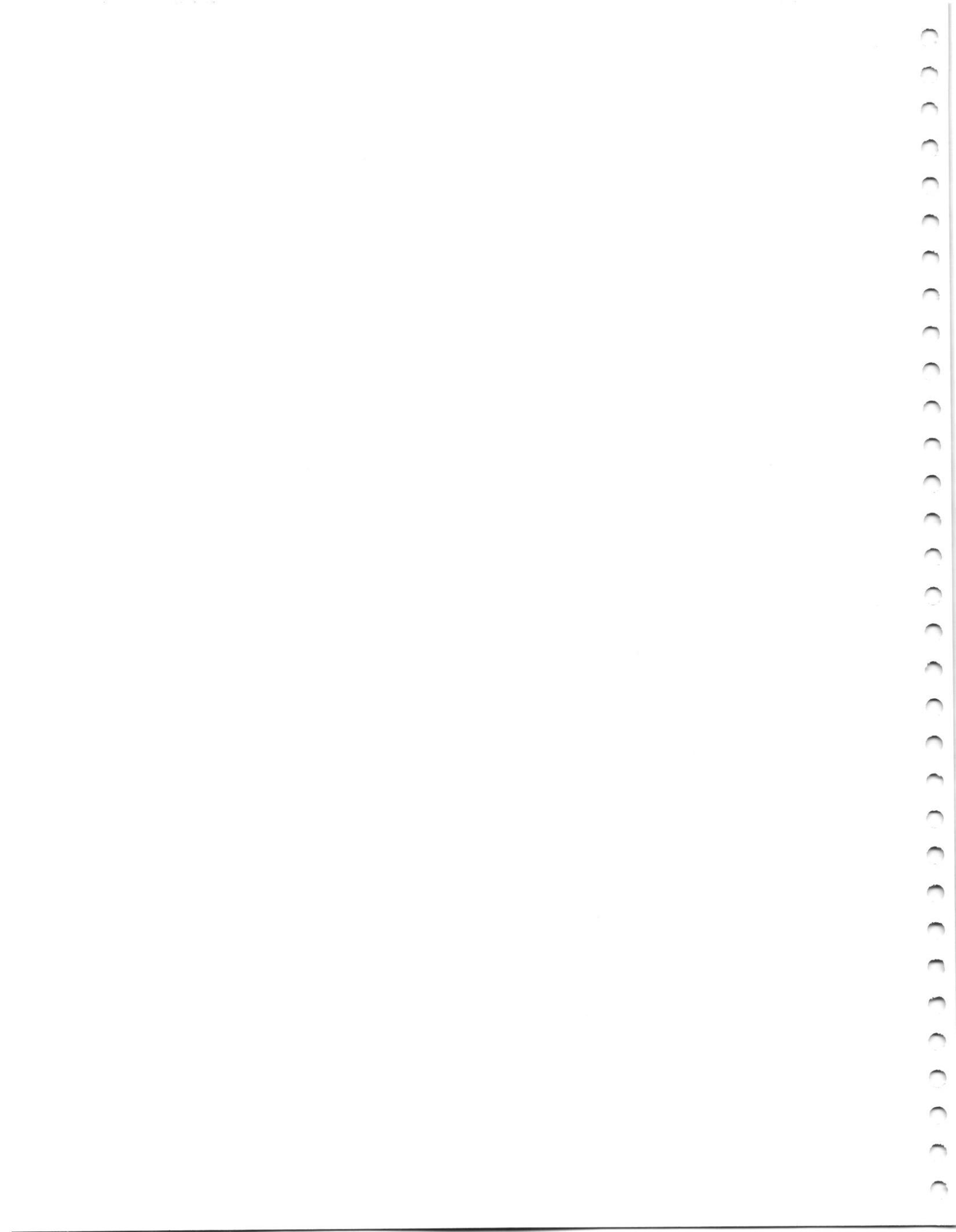
### **3.2 Señalamientos en el COFIPE**

Para complementar estos datos, el COFIPE también menciona el acceso de los partidos políticos a la radio y televisión, donde decreta que los partidos, precandidatos y candidatos en ningún momento podrían contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad en radio y televisión. Tampoco podrán contratar tiempos: dirigentes o afiliados a un partido, o personas (físicas o morales) para su promoción personal con fines electorales o para influir en las preferencias electorales de los ciudadanos.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> Cofipe, 2008. artículo 48 al 76. Consultado en:

[http://norma.ife.org.mx/documents/27912/276760/2008\\_COFIPE.pdf/56e9c54e-2481-48f9-9122-a8231dc3806b](http://norma.ife.org.mx/documents/27912/276760/2008_COFIPE.pdf/56e9c54e-2481-48f9-9122-a8231dc3806b)



Dichos artículo atañen a todos los individuos y agrupaciones, por lo cual queda eliminada de la radio y la televisión mexicanas la contratación pagada de propaganda política. Sin embargo, a los partidos políticos se les otorgará tiempo en radio y televisión gratuito. Por lo que en realidad quienes quedan fuera de la propaganda electoral son las organizaciones civiles y los ciudadanos comunes.

Dentro de los tiempos que dispone el Estado Mexicano, los partidos políticos nacionales de México, como parte de sus prerrogativas, disfrutan de espacios en la radio y la televisión durante los periodos electorales y no electorales, en los términos de los artículos 48° al 76° del COFIPE.

Se establecen las normas para la asignación del tiempo de radio y televisión al Instituto Federal Electoral para que éste, en su nueva calidad de autoridad nacional única para tales fines, administre esos tiempos, tanto para sus propios fines, los de otras autoridades electorales, federal y locales, como para atender el derecho de los partidos políticos al uso de la radio y la televisión.

Así mismo, para dicho cumplimiento el COFIPE estableció varios lineamientos al IFE en lo que refiere al tiempo que los partidos políticos dispondrían en radio y televisión para su propaganda política.

Aparte de considerar al Instituto como única autoridad para administrar los tiempos del Estado en materia electoral en radio y televisión, tendría también que:

- Garantizar a los partidos políticos el uso de prerrogativas en radio y televisión
- Determinar trimestralmente la asignación de tiempo en radio y televisión para sus fines y los de otras autoridades electorales.
- Distribuir 48 minutos en cada estación de radio y canal de televisión durante las precampañas y campañas federales para uso de los partidos políticos y autoridades electorales. Fuera de los periodos electorales se administrara hasta el 12% del tiempo total del Estado.
- Establecer las pautas para la transmisión de los mensajes, así como notificarlas a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión.



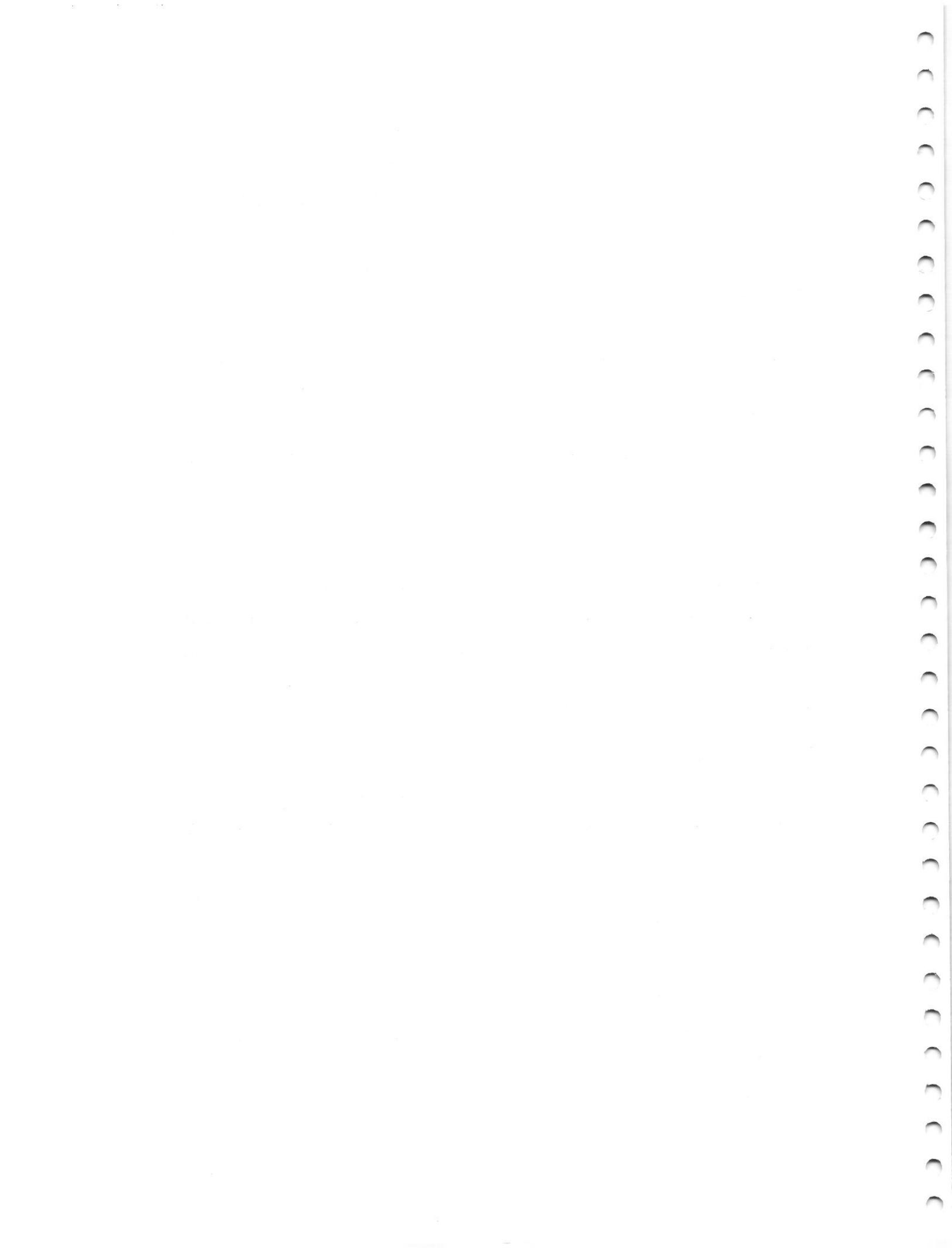
- Distribuir entre los concesionarios y permisionarios de radio y televisión los materiales de los partidos políticos y las autoridades electorales.
- Determinar la forma en que se cubrirá el tiempo faltante para la transmisión de los promocionales.
- Verificar el cumplimiento de las pautas de transmisión.
- Coordinar la realización de dos debates entre los candidatos para la elección presidencial.
- Atender quejas y denuncias sobre presuntas violaciones a la norma.
- Determinar y aplicar sanciones a las personas físicas y morales que incumplan la legislación electoral federal en materia de radio y televisión.
- Ordenar y vigilar la suspensión inmediata de cualquier propaganda política o electoral que viole la Constitución Política o el COFIPE.
- Ejercer sus facultades en materia de Radio y Televisión a través de los diferentes Órganos: El Consejo General, la Junta General Ejecutiva, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el Comité de Radio y Televisión, la Comisión de Quejas y Denuncias, las Juntas locales y distritales ejecutivas.

### **3.3 Cambios al artículo 6° Constitucional**

#### **Artículo 6:**

En lo que respecta al artículo 6° también hubo modificaciones con la aplicación de la reforma electoral 2007/ 2008 en cuanto al derecho de réplica. De esta manera, quedó estipulado que:

*La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna adquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado.*



El derecho de Réplica como se hizo mención con anterioridad es la facultad que se concede a una persona, física o moral, que se considere perjudicada en su honor, prestigio o dignidad, por una información, noticia o comentario en un medio de comunicación colectivo, para exigir la reparación del daño sufrido mediante la inserción de la correspondiente aclaración, en el mismo medio de comunicación e idéntica forma en que fue lesionado.<sup>43</sup>

En efecto, el artículo 6° constitucional está redactado de manera que su interpretación es muy ambigua, pues impide a los partidos emitir cualquier mensaje que “denigre” o “calumnie” a sus opositores<sup>44</sup>; sin embargo, dicha norma ya existía en leyes anteriores, pero el presente COFIPE la refuerza al hacerla sancionable<sup>45</sup> y al referirla al artículo constitucional que aborda el derecho de réplica.

### 3.4 Ley Federal de Radio y Televisión

En el caso de la Ley Federal de Radio y Televisión, será primordial detenerse en el artículo 59° donde se establece que las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración de hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social.<sup>46</sup>

El Estado mexicano dispone de diferentes tiempos en la radio y la televisión:

- **Los tiempos oficiales** se encuentran regulados en los artículos 59, 60, 61 y 62 de la Ley Federal de Radio y Televisión, así como en los artículos 15, 16 y 17 del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenidos de las Transmisiones de Radio y Televisión.

---

<sup>43</sup> Cuna y Escamilla. *Op. Cit.*, pág. 46

<sup>44</sup> Cofipe, 2008, art. 38, párr. 1, inciso p

<sup>45</sup> Cofipe, 2008, art. 342, párr. 1, inciso j

<sup>46</sup> Ley Federal de Radio y Televisión. Disponible en la página Electrónica de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión.  
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/114.pdf>



- **Los tiempos fiscales**, están regulados en el Decreto por el que se Autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a Recibir de los Concesionarios de Estaciones de Radio y Televisión el pago del Impuesto que se indica, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 10 de octubre del 2002.

- **Los tiempos que disponen los partidos políticos nacionales de México**, y que forman parte del tiempo total que dispone el Estado Mexicano, y que está regulado en los artículos 42 al 48 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).<sup>47</sup>

Ahora bien, en un intento por resarcir los errores, lagunas y deficiencias que tiene el primer Reglamento en la materia, el Consejo General del IFE, emitió el acuerdo CG194/2011 de fecha veintisiete de junio de dos mil once, por el que se reformó el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral. Los criterios que se establecieron para atender las modificaciones fueron los siguientes:

Un primer criterio, fue atendiendo a los principios de lógica, congruencia y técnica legislativa, por el cual se dio entrada a las reformas al Reglamento, toda vez que consideraron necesario que todos los acuerdos emitidos por el Consejo General, se vieran fortalecidos e insertados en este documento total que daría seguridad, certeza y transparencia a la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión. El segundo criterio fue la actualización y coherencia con los precedentes que había emitido en diversas ejecutorias el TEPJF, los cuales versaron particularmente sobre la asignación de tiempos a las autoridades electorales; acceso de los partidos políticos con registro estatal a los tiempos del Estado que administra el IFE, en periodos ordinarios; transmisión de programas

---

<sup>47</sup> Reyes Tépac, M. "Partidos Políticos: Prohibición para contratar tiempos en la radio y la televisión y las nuevas reglas de acceso a estos medios electrónicos, en los términos del artículo 41 Constitucional", fr. III, apartado A. Cámara de diputados LX Legislatura, Centro de documentación, información y análisis. México. 2007. p. 8



mensuales de cinco minutos en estaciones permisionarias; asignación de tiempos en radio y televisión a coaliciones totales; derogación de un numeral sobre modificación de pautas en supuestos imprecisos; remisión inmediata al IFE de denuncias en materia de radio y televisión; aprobación de catálogos de emisoras para procesos electorales locales, que incluyan a cada concesionario y permisionario que opere en la entidad de que se trate; definición y alcances de los mapas de cobertura elaborados por el IFE; y el acceso a radio y televisión en zonas conurbadas en particular el caso del Estado de México.<sup>48</sup>

---

<sup>48</sup> Acuerdo CG194/2011 del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se Reforma el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio de 2011.



#### **CAPITULO 4: CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE 2012 DE ACUERDO A LA REFORMA POLÍTICA 2007/2008. ¿EXISTIO APOYO PREFERENCIAL DE TELEVISIA HACIA ENRIQUE PEÑA NIETO?**

Ahora bien, para 2012 con las nuevas modificaciones a la legislación en la última reforma electoral establecida en 2007/2008 se esperaba que el proceso electoral se desarrollara en un ambiente de transparencia y legalidad.

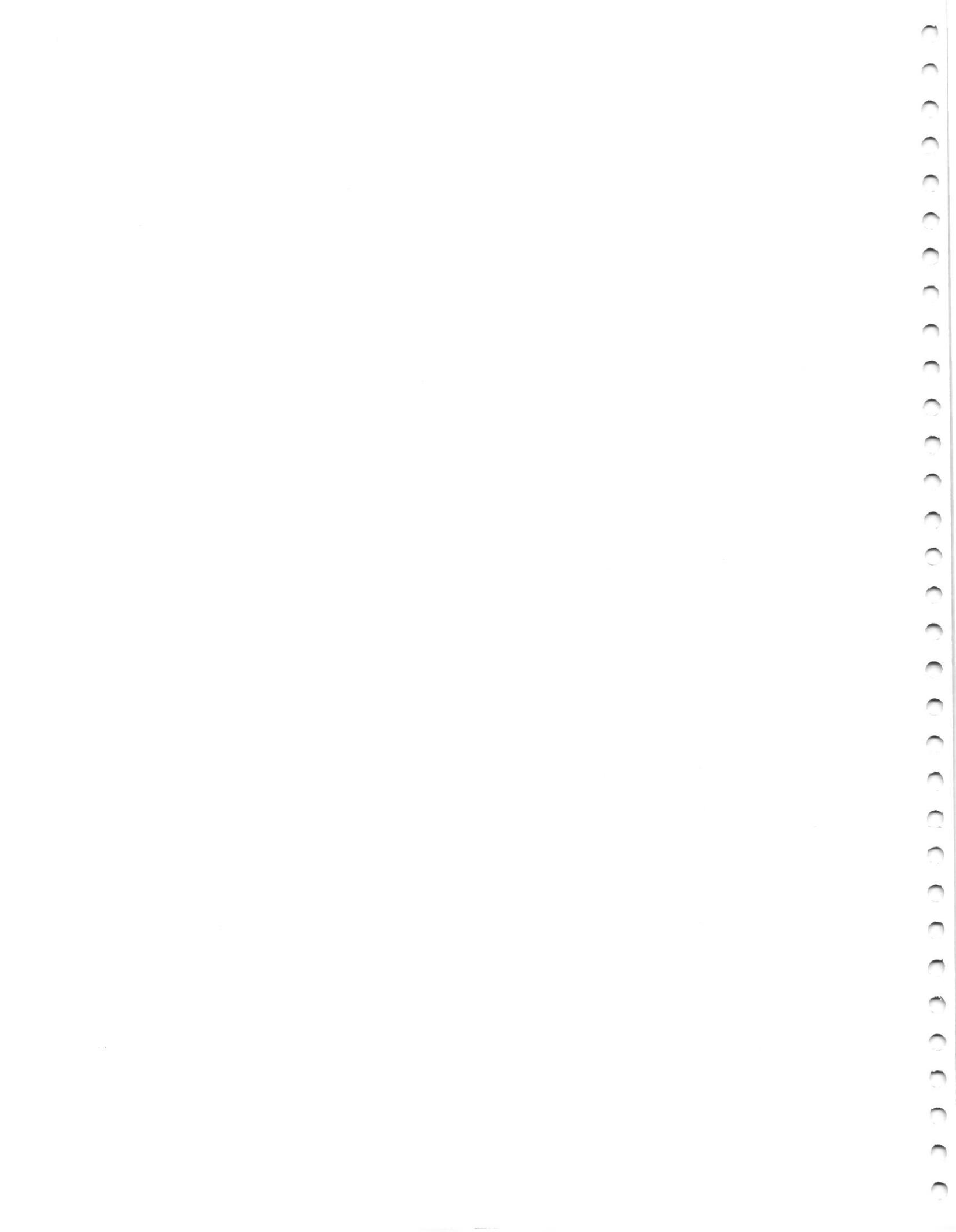
Aunado a esto, el día 8 de febrero, previamente a las elecciones, López Obrador en calidad de candidato presentó ante el IFE una propuesta con doce medidas para garantizar la equidad y autenticidad del sufragio, enfatizando que se debía actuar de manera preventiva y poner en marcha mecanismos para evitar la compra y coacción del voto, así como la utilización ilegal de los medios de información para favorecer a candidatos y partidos. Sin embargo, tres meses y medio después, es decir, el 25 de mayo, el Consejo General del IFE emitió el Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral con clave CG323/2012<sup>49</sup> en el cual se le da como respuesta al candidato que las condiciones de equidad en la contienda ya se encuentran contenidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, además de que el IFE cumplía a cabalidad con su mandato toda vez que el artículo 105 del COFIPE expresaba los fines de esta autoridad.

Más aun la reforma electoral 2007/2008 había incrementado las nuevas atribuciones del IFE, las cuales estaban vinculadas con el respeto absoluto de los principios de legalidad y equidad en el proceso electoral.

Pese a las nuevas medidas de legalidad que asegurarían una elección diferente con las modificaciones que ya existían con esta última reforma electoral el resultado de las elecciones presidenciales no resultó como se esperaba, ya que

---

<sup>49</sup>Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral. Consultado en <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-acuerdos/2012/Mayo/CGext201205-24/CGe240512ap6.pdf>

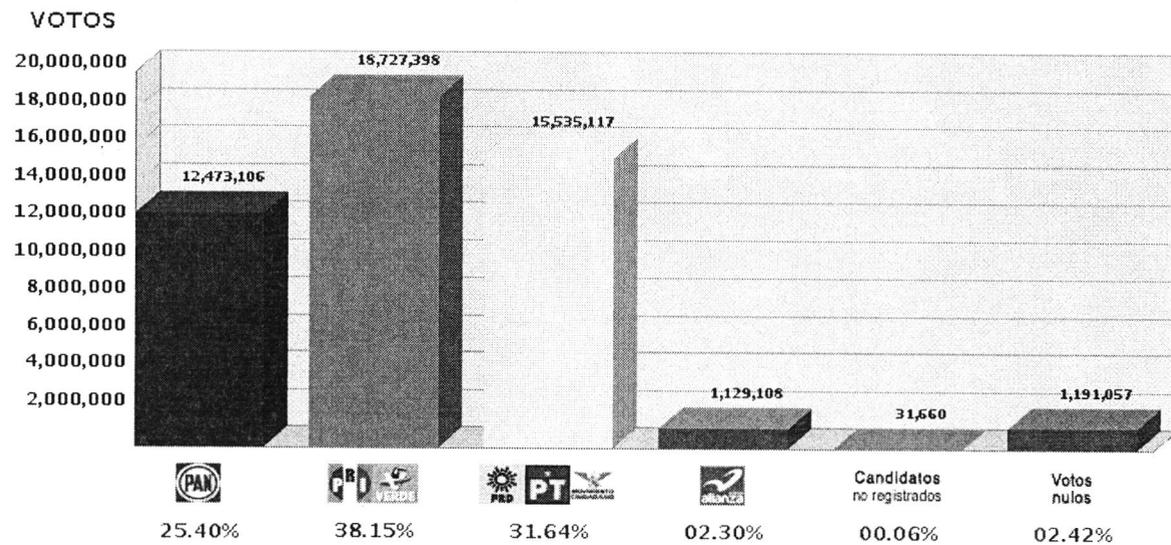


en ese año también se generó un gran descontento entre los ciudadanos electores y la Coalición Movimiento Progresista (PRD, PT, Movimiento Ciudadano) encabezada por el candidato Andrés Manuel López Obrador al salir triunfador Enrique Peña Nieto, candidato de la Coalición Compromiso por México (PRI, PVEM).

El 1 de Julio de 2012 el IFE dio a conocer los resultados de las elecciones en el Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP) con el 98.95% de actas capturadas. Dicho resultado a nivel nacional quedo de la siguiente manera:<sup>50</sup>

Partidos o coaliciones							
	JOSEFINA EUGENIA VAZQUEZ MOTA 	ENRIQUE PEÑA NIETO 	ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR 	GABRIEL RICARDO QUADRI DE LA TORRE 	Candidatos no registrados	Votos nulos	Total de votos
Total de Votos	12,473,106	<b>18,727,398</b>	15,535,117	1,129,108	31,660	1,191,057	49,087,446
Porcentaje	25.40%	<b>38.15%</b>	31.64%	02.30%	00.06%	02.42%	100.00%

La siguiente grafica muestra la cantidad de votos y porcentaje de cada candidato.



<sup>50</sup> Tomado de página oficial del IFE. Consultada en <https://prep2012.ife.org.mx/prep/NACIONAL/PresidenteNacionalVPC.html>



#### **4.1 Coalición movimiento progresista presenta juicio de inconformidad por nulidad para solicitar la declaración de no validez de la elección**

Con base en estos resultados, es así como el 12 de Julio el candidato de las izquierdas Andrés Manuel presentó ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) el juicio de inconformidad por nulidad para solicitar la declaración de no validez de la elección por violación a los principios constitucionales de elecciones auténticas y sufragio libre.

Declaró también que recurrió a esta vía con fundamento en los artículos 12.3 y 16.4 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral –una legislación secundaria–, porque el Consejo General del Instituto Federal Electoral no cumplió con su función de garantizar que las elecciones se desarrollaran en condiciones de equidad y limpieza.

Son 10 fundamentos los que la Coalición y el candidato de las izquierdas presentan en la denuncia:

1. Actitud tendenciosa de los medios de comunicación para favorecer a Enrique Peña Nieto.
2. Manejo de encuestas en medios de comunicación para hacer propaganda a favor de Peña Nieto.
3. Gasto excesivo en propaganda y en movilización en los actos de campaña de Enrique Peña Nieto
4. Uso de tarjetas Soriana para comprar el voto
5. Distribución de miles de monederos del Banco Monex con dinero de procedencia ilícita.
6. La compra y distribución de tarjetas telefónicas como propaganda de Peña Nieto.
7. Utilización de los gobiernos del PRI en beneficio de Peña Nieto. El caso de Zacatecas en particular.
8. Manejo de una cuenta del gobierno del Estado de México por Luis Videgaray Caso, coordinador de Campaña de Enrique Peña Nieto.



9. La compra de votos en todo el país.

10. Compra de votos y tráfico con la pobreza en el medio rural.

El primer agravio constituye el tema fundamental para este estudio, es decir, la adquisición encubierta de tiempo de 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 posicionar la imagen de Enrique Peña Nieto y demeritar la imagen de sus adversarios políticos, cuestión que se llevó a la práctica desde el año de 2006 y hasta la campaña electoral para el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del proceso electoral 2011-2012, afectando el derecho a la información de los ciudadanos, constituyendo una forma de presión a los electores que atentó en contra de la libertad del voto en la elección, que le permitió a la Coalición electoral Compromiso por México y a su candidato a la Presidencia obtener el mayor número de votos, conjuntamente con otros actos ilícitos de presión y coacción a los electores como fue el ofrecimiento y la entrega de dádivas y recompensas.<sup>51</sup>

La Coalición Movimiento Progresista insistió en que se dio una violación directa al artículo 41° de la Constitución Federal, a partir de la entrada en vigor de la reforma electoral 2007/2008, ya que desde el 19 de agosto de 2005 el Partido Revolucionario Institucional y el candidato Enrique Peña Nieto con la intervención del Gobierno del Estado de México se habían realizado contrataciones con el grupo Televisa y empresas relacionadas, llevándose a cabo un plan de publicidad denominado "Enrique Peña Nieto presupuesto 2005-2006", el cual comprendió televisión y revistas de dicho corporativo y, en especial, consistió en notas informativas, reportajes, entrevistas, publirreportajes, comerciales y programas.

Estos argumentos señalan que se habían realizado de manera encubierta la adquisición de tiempos de radio y televisión- principalmente Televisa-, lo cual

---

<sup>51</sup> Coalición Movimiento Progresista. Juicio de Inconformidad. Expediente: SUP-JIN-359/2012. Mexico.2012 Consulado en: [http://www.ife.org.mx/documentos/proceso\\_2011-2012/documentos/SUP-JIN-359-2012.pdf](http://www.ife.org.mx/documentos/proceso_2011-2012/documentos/SUP-JIN-359-2012.pdf)



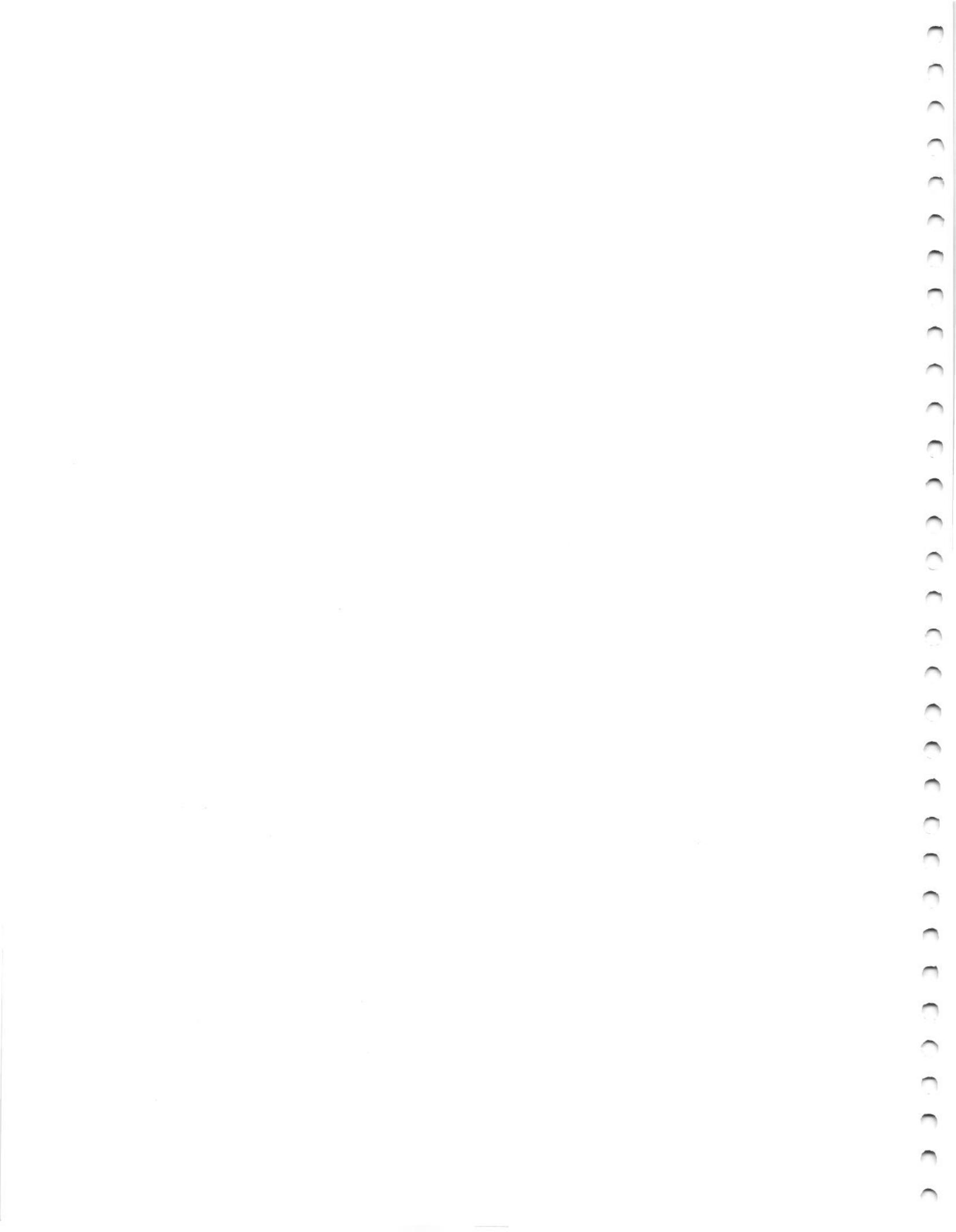
contraviene los principios constitucionales que rigen los lineamientos para la cobertura noticiosa de las campañas y precampañas, ya que no hubo equidad en la presencia de espacios informativos que otorgaran igualdad de oportunidades a todos los partidos políticos, propiciando, en este caso como lo menciona el documento la ventaja en función de la fuerza electoral, a favor del candidato Peña Nieto.

En las mencionadas declaraciones de Andrés Manuel aseguró que existieron evidencias de la relación entre Grupo Televisa, Enrique Peña Nieto y el PRI para la realización de la campaña encubierta; incluso otros hechos que fueron ventilándose a nivel internacional. Ello lo pretendió acreditando con la actuación de Carlos Loret de Mola -uno de los principales conductores de los noticieros Televisa- quién reconoció la práctica comercial de menciones, comentarios o difusión de apoyos informativos, información de mensajes y actividades que denomina gacetillas e infomerciales

Existía también una factura expedida por la empresa Astron Publicidad, S.A. de C. V., al Gobierno del Estado de México por concepto de comentarios de Joaquín López Dóriga -otro de los conductores de noticieros Televisa- transmitidos dentro de su noticiero nocturno por un importe de \$1, 150, 000.00. Sin embargo Andrés Manuel aseguró que su contrincante Enrique Peña reconoció dicha factura como apoyo a la información y entrevistas.

La Coalición Movimiento Progresista también mostró como evidencia para esta denuncia, contratos anuales que el candidato Enrique Peña Nieto mantenía con empresas concesionarias de televisión y radio por el concepto de publicidad y propaganda en los medios de comunicación electrónicos que difundieran información de mensajes y actividades gubernamentales.

Por otra parte el periódico inglés "The Guardian" también dio cuenta que Televisa había vendido cobertura a Peña Nieto, y Revista Proceso también publicó un artículo en su edición del 11 de junio de 2012 con referencia a lo mencionado por



el periódico inglés, titulado “Es un hecho que Televisa respalda a Peña Nieto: The Guardian”.

Se presentaron también cables diplomáticos de los Estados Unidos, una de ellas fue una nota con el título “Wikileaksreveals US concernsover Televisa-Peña Nieto links in 2009”. Los diplomáticos estadounidenses expresaron su preocupación de que el favorito en México en las elecciones presidenciales era Enrique Peña Nieto, quién estaba pagando por la cobertura de televisión favorable fecha tan lejana como 2009, según cables del Departamento de Estado publicados por WikiLeaks.<sup>52</sup>

Como parte de esta demanda Andrés Manuel también hace hincapié a la situación de los medios de comunicación y libertad de expresión en México expone que existe una alta propiedad de los medios de comunicación en donde más del 90% de las frecuencias de televisión se encuentran en manos de solo dos empresas. Los medios de comunicación entrañan un poder fáctico que se coloca por encima de las autoridades electorales, administrativas y legislativas.<sup>53</sup>

Uno de los rasgos distintivos que resalta en este escrito es que no existe una autoridad independiente que regule a los medios de comunicación privados y públicos; los cuarenta y ocho minutos diarios de que disponen los partidos en la propaganda electoral, no impide que los grandes medios de comunicación en México, vía entrevistas, programas especiales, infomerciales o noticieros, otorguen tiempo extra a sus candidatos favoritos; las autoridades federales, se han visto incapaces de poner sanciones a los medios de comunicación, ya que estas no tienen competencias directas suficientes para cobrarlas.

Parece interesante la manera en que Andrés Manuel López Obrador critica que los medios de comunicación no asumen la vertiente social y colectiva de la libertad de

---

<sup>52</sup> Tuckman, Jo. Wikileaks revela preocupación de Estados Unidos a través de enlaces a Televisa-Peña Nieto en 2009. The Guardian [en línea]. 11 de junio 2012. Disponible en: <http://www.theguardian.com/world/2012/jun/11/wikileaks-us-concerns-televisa-pena-nieto>

<sup>53</sup> Coalición Movimiento Progresista. *Op. Cit.*, p. 138



expresión y el derecho a la información, pues visto desde la denuncia presentada los consideran negocios para poder influir desmesuradamente en las decisiones públicas, y su cometido principal consiste en manipular, distorsionar la realidad y mantener a toda costa el actual sistema de privilegios y corrupción que solo benefician a unos cuantos; lo cual para la Coalición demandante provoca una censura y un ejercicio de discriminación.

Guillermo Echaury en el artículo "*Cobertura en noticiarios*"<sup>54</sup> publicado en revista "El Zócalo", realiza un análisis acerca de la cobertura en noticiarios durante la campaña electoral, y es interesante ya que, menciona especialmente que en el noticiario de López Dóriga se cubrió muy favorablemente la imagen de Enrique Peña Nieto al cuidarse los extractos de discursos del candidato para presentar únicamente aquellos donde no titubeara, y en los que presumía de los logros del PRI, así como cuando fue gobernador del Estado de México. Las imágenes fueron seleccionadas para mostrar la mejor faceta de Peña.

Argumenta que la candidata del PAN, Josefina Vázquez Mota, también recibió un trato privilegiado, con información e imagen favorables, casi sin críticas. En lo que respecta a Gabriel Quadri escribe que recibió una mínima cobertura a (apenas tres notas en diez días) de Televisa y por su parte, Andrés Manuel López Obrador recibió un trato inequitativo porque López-Dóriga cuestionó sus propuestas, lo evidenció como un hombre antidemocrático, y se presentaron sólo las declaraciones con las tomas menos favorables, como cuando aparece despeinado o cansado.

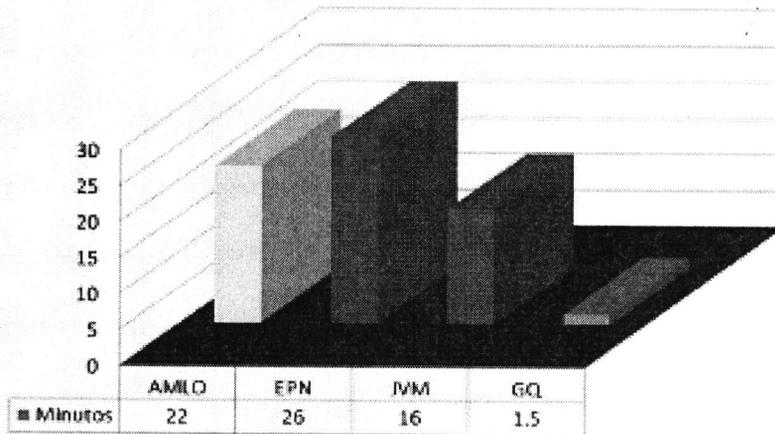
Junto estas declaraciones Guillermo Echaury presenta una gráfica donde se muestran los tiempos que se le otorgaron a cada candidato:

---

<sup>54</sup> Echaury, Guillermo. "*Cobertura en noticiarios*". Revista Zócalo. Como jugaron los medios n° 149 [en línea]. 16 de Noviembre de 2012.



### MINUTOS DEDICADOS POR CANDIDATO EN "NOTICARIO" CON JOAQUÍN LÓPEZ-DÓRIGA



Fuente: Revista Zócalo. "Como jugaron los medios" N° 149

#### **4.2 Resolución del TEPJF al Juicio de Inconformidad por nulidad para solicitar la declaración de no validez de la elección presentado por la Coalición Movimiento Progresista**

El Tribunal Electoral de la Federación asevero el 30 de agosto de 2012 que era infundada la demanda de anular la elección presidencial, presentada por el Movimiento Progresista y su candidato Andrés Manuel López Obrador.

Por unanimidad se declaró infundado el recurso de nulidad de la elección presidencial, presentado por la coalición Movimiento Progresista. Luego de analizar exhaustivamente los agravios que alegaron PRD-PT-MC, el Tribunal encontró que la coalición Movimiento Progresista hizo acusaciones sin probar, presentó copias fotostáticas y recortes periodísticos como evidencias, videos que no permiten ubicar tiempo, modo y lugar, testimoniales notariadas sin valor probatorio, presentó supuestas pruebas supervenientes que en realidad no tenían ese carácter, sólo por mencionar algunas deficiencias en la demanda.

El primero en sustentar el fallo fue el magistrado Salvador Olimpo Nava:



*"México tuvo una elección que no debe invalidarse, pues tras el estudio de cada agravio y de cada una de las pruebas, confirma que cada uno de los principios constitucionales fueron observados. Tuvimos elecciones libres y auténticas, tenemos autoridades electorales robustas y confiables, y un marco normativo con base en los derechos humanos bajo cualquier estándar internacional, desde luego democrático. Si ustedes tienen a bien aprobar esta sentencia y lo conducente, de acuerdo con el procedimiento establecido en la Constitución, México tiene a un Presidente Electo por el pueblo, el ciudadano Enrique Peña Nieto".*

Por otra parte detalló Flavio Galván Rivera, integrante de la Comisión Especial de la Calificación de la Elección Presidencial:

*"Siendo un acta notarial que en principio es un documento público porque emana de un fedatario público, ¿qué prueba en este caso?: que el señor representante de la Coalición Movimiento Progresista le pidió que diera fe de la existencia de estos bienes, muebles, inertes y semovientes, pero no prueba que se haya entregado a los electores. Dice que le dijo que fueron regalados por el candidato a la Presidencia de la República Enrique Peña Nieto en diferentes estados de la República para influenciar en el voto pero nada más. ¿Qué es lo que prueba? Lo único que prueba es que el petionario del servicio le dijo lo que le dijo y que asentó en el acta no está demostrada la ilegalidad de la elección presidencial".*

En lo que aquí respecta e interesa a la investigación se declaró que tampoco hubo compra encubierta en radio, televisión y revistas desde 2005, aseguraron los magistrados en su sentencia. Las acusaciones en contra de presuntas irregularidades supuestamente cometidas por medios de comunicación fueron infundadas aclararon los magistrados. Las encuestas tampoco favorecieron a Enrique Peña Nieto por permanecer como puntero en todas, incluso en la que difundió diariamente Milenio, destacaron los magistrados en la sentencia.



El magistrado Manuel González Oropeza dijo que el juicio no debía ser politizado y se refirió a la petición de la Coalición Movimiento Progresista para que el Tribunal retrasara su fallo sobre la elección presidencial por encima de los plazos legales:

*"Se argumenta por parte de una coalición que este tribunal ha festinado la presente resolución y que se debe aplazar su aprobación hasta que se agoten las investigaciones de las quejas, no puede haber cosa más equivocada e ilegal, por lo que el procedimiento jurisdiccional es y debe ser ajeno a la política, por lo tanto no debe politizarse. El Poder Judicial debe defender su independencia y su imparcialidad aún en contra de amenazas o represalias de los actores políticos sólo así se puede contar con una administración de justicia imparcial".*

**EL FALLO:** unánime, definitivo e inatacable.

Manifestó el magistrado presidente Alejandro Luna Ramos:

*"Se resuelve, único, es infundada la pretensión de invalidación de la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos planteada por la Coalición Movimiento Progresista, al haberse agotado el análisis y resolución de los asuntos objeto de esta sesión pública siendo las 22 horas con 25 minutos se da por concluida":*

El presidente del TEPJF dejó claro que la sentencia resolvía la elección presidencial se apegaba a lo que dicta la Constitución y las leyes de nuestro país.

*"Reiteramos nuestro compromiso con la ciudadanía de que las decisiones emanadas de este tribunal presentan un carácter estrictamente jurídico y que sólo atienden a los argumentos esgrimidos y a las pruebas presentadas por las partes. Ponderados estos elementos a la luz de las leyes y de la Constitución, el Tribunal electoral cumple consecuentemente con su misión de proteger la voluntad soberana de la ciudadanía, parafraseando a don Ignacio Vallarta: 'Sacrificar los intereses*



*permanentes de la justicia a las exigencias de la política, es desnaturalizar las funciones augustas de este tribunal".*

Se resume que en sus intervenciones, los magistrados señalaron que la demanda presentada por el Movimiento Progresista y su candidato, Andrés Manuel López Obrador, no logró demostrar con pruebas fehacientes que hubo violaciones a la Constitución y a la legislación electoral para invalidar la elección y concluyendo que México había tenido unas elecciones libres y auténticas. En lo referente a las pruebas enunciadas con anterioridad que se presentaron en la denuncia, el TEPJF declaró que dicha Coalición no acreditó sus pretensiones, concretándose únicamente a formular cuestiones subjetivas carentes de sustento legal y probatorio, y no alcanzó a demostrar, por un lado, alguna infracción en concreto, y por el otro, alguna adquisición indebida por dicho ciudadano o algún otro sujeto y que por esto se le haya generado algún beneficio ante la opinión pública.

Así mismo, el IFE también explicó el funcionamiento y objetivos del Sistema Integral para la Administración de los Tiempos del Estado (SIATE), a través del cual se garantizaba el cumplimiento de la ley en las señales de radio y televisión, por lo que consideró que no existió razón para la Coalición demandante, en cuanto a que no se alcanzarán los objetivos planteados en la reforma 2007/2008.

Con base al fallo que dictaminó el TEPJF no pudo comprobarse el apoyo preferencial de Televisa hacia el candidato Enrique Peña Nieto en la campaña presidencial, así como las acciones que incurrieron a la denuncia de Andrés Manuel López Obrador y la Coalición que integraba.



### **4.3 Postura de los medios de comunicación. Televisa como principal actor en el tema de la Reforma energética**

Dado que con la demanda presentada por la Coalición Movimiento Progresista ante el TEPJF no pudo comprobarse la existencia de irregularidades en la campaña presidencial de Enrique Peña Nieto en lo referido al apoyo preferencial por parte de Televisa; es pertinente analizar uno de los temas que figuraba en la agenda política que propuso durante su campaña; ya que es otra alternativa para establecer si verdaderamente hubo una relación entre la agenda política y la agenda de medios; y en consecuencia fue un candidato promovido por esta cadena de televisión.

El tema de la reforma energética es significativo porque de él, se generó un amplio debate entre la opinión pública, ya que en gran medida el tratamiento de este tema fue mostrado en los diversos noticieros o en las opiniones de sus portavoces de esta televisora.

#### **4.3.1 Iniciativa de Reforma Energética presentada por Enrique Peña Nieto**

En un primer momento, Enrique Peña Nieto entre sus propuestas durante la campaña presidencial mencionó que abriría a la inversión privada PEMEX, la paraestatal más importante del país, asegurando que con ello se impulsaría el desarrollo económico, la inversión productiva y la generación de empleos. Prometió que con la Reforma Energética disminuirían las tarifas eléctricas en beneficio de la población y la industria, se ampliaría la participación del sector privado en PEMEX, manteniendo la propiedad pública de los hidrocarburos y la conducción del Estado en materia energética, conllevando a detonar potencialmente el sector energético, impulsando a México como potencia energética.

En calidad de Presidente de la República, el 12 de agosto de 2012 Enrique Peña Nieto presentó la iniciativa de reforma a los artículos 27° y 28° de la constitución, con lo cual recalcó que el objetivo sería buscar modernizar el sector energético



nacional, y que PEMEX no se vendería ni se privatizaría, sólo se fortalecería y modernizaría.

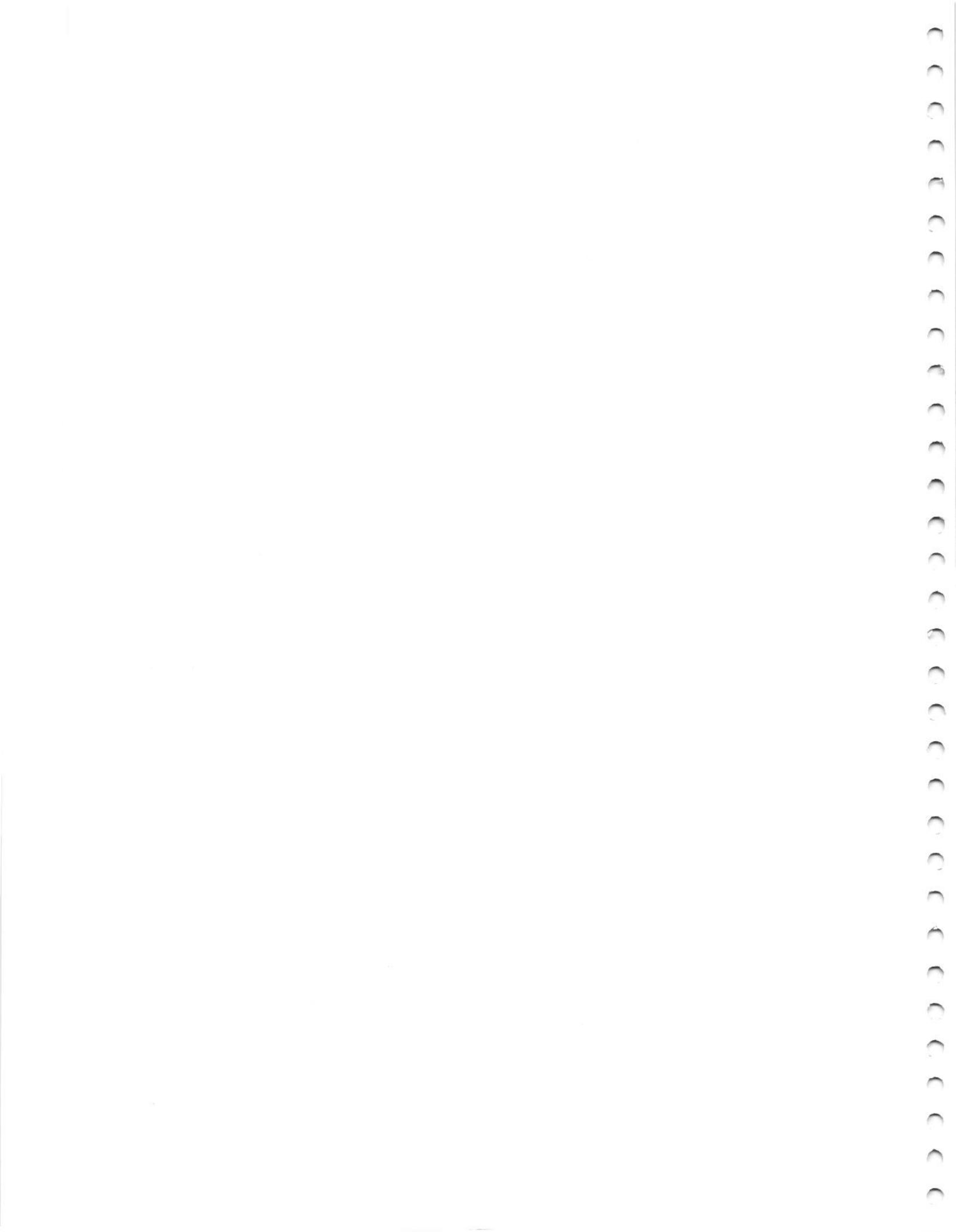
La Iniciativa dispuso la necesidad el país de un cambio profundo en el modelo de gestión y organización del sector energético en su conjunto, pues el actual había llegado a su límite y se encontraba en franco agotamiento, puesto que no respondía a las necesidades presentes de la sociedad mexicana y era incapaz de adecuarse a los constantes cambios endógenos y exógenos que ponían en riesgo la seguridad energética, las finanzas públicas, los programas sociales y la calidad de vida de la sociedad mexicana.<sup>55</sup>

Enrique Peña Nieto sustentó que esta iniciativa de reforma constitucional se sustentaría en seis ejes estratégicos:

- 1) Fortalecimiento del papel del Estado como rector de la industria petrolera: Dotarle de nuevas herramientas para la definición y conducción de la política energética del país, que permitan una adecuada y prudente administración del patrimonio petrolero nacional.
- 2) Crecimiento económico: México está llamado a aprovechar sus recursos energéticos en favor de mayor inversión y generación de empleos, a partir de iniciativas que promuevan el abasto de energía en cantidades suficientes y costos competitivos.
- 3) Desarrollo Incluyente: El acceso a la energía permitiría democratizar la productividad y la calidad de vida de la población en las distintas regiones del país.

---

<sup>55</sup> Dictamen de las Comisiones Unidas de puntos constitucionales; de energía, y estudios legislativos, primera, con proyecto de decreto por el que se reforman y adicionan los artículos 25, 27 y 28 de la constitución política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de energía. Consultado en: <http://es.scribd.com/doc/190255142/proyecto-reforma-energetica-pdf>



- 4) Seguridad Energética: Se debe apoyar la disponibilidad de energía primaria en el territorio nacional para lograr la producción continua, diversificada y económica del suministro energético para esta y las siguientes generaciones.
- 5) Transparencia: Garantizar a los mexicanos el adecuado acceso a la información sobre la administración del patrimonio energético nacional.
- 6) Sustentabilidad y protección del medio ambiente: Es posible mitigar los efectos negativos que la producción y el consumo de energías fósiles puedan tener sobre la salud y el medio ambiente, mediante la mayor disponibilidad de fuentes de energía más limpias.

Según el discurso esta reforma generaría 10 beneficios:<sup>56</sup>

1. En primer lugar lo que se busca con la reforma es que el artículo 27 de la constitución vuelva a decir que el presidente Lazara Cárdenas dejó escrito por palabra; es decir, que haya una participación libre de la sociedad, una reforma 100% cardenista, y el aseguramiento de que PEMEX y la CFE no se privatizarían, ya que seguirían siendo de todos los mexicanos.

2. Con la reforma se bajaría el precio de la luz y también del gas. Habría energía abundante y más barata, fertilizantes de mejor precio y alimentos más baratos.

3. Se crearían cerca de un millón y medio de empleos adicionales en el sexenio, y dos millones de empleos en 2025. El despegue de la industria beneficiaría a todos los mexicanos.

---

<sup>5656</sup> Gobierno de la Republica. *"Iniciativa de Reforma Energética"* [en línea]. 4 de Septiembre de 2013. Disponible en: <http://consulmex.sre.gob.mx/losangeles/index.php/iniciativa-de-reforma-energetica-2013>



4. La industria petrolera volvería a ser el motor del crecimiento económico de México, al detonar inversión en nuevas áreas. Se preveía que cerca de 1% más de crecimiento económico se presentaría en 2018 y aproximadamente 2% más para 2025.

5. La apertura de la industria eléctrica permitiría que fluyan grandes inversiones al sector, con ayuda de tarifas más competitivas en la factura de la luz, aprovechándose el gran potencial de energías renovables con las que cuenta nuestro país.

6. Para obtener más beneficios del petróleo, los mexicanos podríamos decidir en qué proyectos conviene asociarse y bajo qué condiciones.

7. Habría más recursos para el presupuesto de programas sociales gracias a los nuevos negocios en la industria energética. Más producción de petróleo y de gas natural incrementarían la inversión pública.

8. Los ciudadanos podrían vigilar las operaciones e ingresos petroleros derivados de nuevos contratos. Los nuevos contratos estarían a la vista de todos; esto con el objetivo de acabar con la corrupción y los privilegios especiales.

9. CFE y PEMEX se fortalecerían para darle competitividad a México. Se espera lograr que PEMEX sea una de las empresas más grandes del mundo y CFE una empresa del Estado con autonomía de gestión; ambas empresas 100% públicas.

10. Se organizaría la industria eléctrica para garantiza tareas competitivas a los hogares, la industria y el comercio. El Estado tendría la facultad de seguir canalizando subsidios en beneficios de las familias.

Ahora bien, con base en lo declarado por Enrique Peña Nieto será necesario realizar un seguimiento de las opiniones de los principales periodistas de Televisa acerca de este tema.



#### 4.3.2 Postura de los periodistas de Televisa en el tema de Reforma Energética

Tomando como referencia el debate en Tercer grado transmitido por Televisa el 20 de marzo de 2013, titulado “La Reforma Energética”, en el que aparecen los periodistas, Carlos Loret de Mola, quien es en este caso el moderador, Denise Maerker, Adela Micha, Carlos Marín y Ciro Gómez Leyva; se reúnen los siguientes argumentos<sup>57</sup>, sin embargo habrá que considerar que es una discusión hasta cierto punto prematura a la presentación de la iniciativa de Enrique Peña Nieto.

En primer lugar, *Denise Maerker* interviene diciendo:

“Creo que lo que hay en cuanto a la reforma energética es un diagnóstico común de que las cosas no están bien en PEMEX y que habría que solucionarlo. Este diagnóstico ha sido establecido desde hace mucho tiempo y la reforma energética en el gobierno de Calderón murió en esas conversaciones en el Senado. Ahora con Enrique Peña Nieto se ve una intención de llegar a una reforma dentro del pacto, es decir, una reforma en conjunto con el PRD”.

*Carlos Marín* por su parte argumenta:

“Sin duda de lo que se tratara la propuesta de Peña Nieto será de darle una mayor entrada a la iniciativa privada en la operación o en alguna parte de PEMEX; lo cual no quiere decir privatizar...”

Además de ello termina diciendo que la oposición cree que México puede con todo para lograr el desarrollo, pero no es así, que sin embargo, países muy claramente comprometidos con la izquierda como Brasil, ha hecho de PETROBRAS una empresa rentable y prospera, gracias a que ciertas tareas de la operación petrolera hacen que inviertan los de la propiedad privada.

---

<sup>57</sup>“*La Reforma Energética (Parte 1 y 2)*”. Tercer Grado. Noticieros Televisa, 2013. En línea. [http://noticieros.televisa.com/programas-tercer-grado/1303/la-reforma-energetica-\(parte-1\)/](http://noticieros.televisa.com/programas-tercer-grado/1303/la-reforma-energetica-(parte-1)/)



Puntualiza que, es una barbaridad suponer que se vaya a privatizar PEMEX, y apoya esta postura con un ejemplo; en el cual menciona que en una casa siempre se requerirá de promovedores e iniciativa privada para poder acceder a los diversos servicios necesarios para la vivienda.

En el transcurso del debate *Denise Maerker* argumenta que la leyenda “PEMEX no se vende” es un eslogan, que se verá interpretado de distinta forma por los partidos políticos, cuestión que es contrariada por *Carlos Marín* pues, él afirma:

“...de ninguna manera puede interpretarse como un eslogan ya que es una realidad. PEMEX no se va a vender, habrá un mayor grado de participación privada madamas”.

Las declaraciones hechas por Carlos Marín de algún modo responden a los argumentos presentados por la oposición, quienes en su gran mayoría eran los partidos de izquierda del país (PRD, PT, Movimiento Ciudadano) y sus fracciones legislativas en el Congreso, porque consideraban que esa reforma privatizaría a PEMEX y a todo el espectro petrolero, perdiendo la esencia de la nacionalización del petróleo realizada por el Presidente Lázaro Cárdenas en 1938. Sin embargo, la iniciativa también tenía el respaldo unánime de los partidos Revolucionario Institucional (PRI) y Acción Nacional (PAN) y de sus bancadas en el Congreso de la Unión.

Ahora bien, por otro lado *Ciro Gómez Leyva* en este debate no interviene con relevantes afirmaciones que ayuden a la investigación, sin embargo, ya para diciembre del mismo año en que se realizó el debate, en vísperas de que fuese aprobada la reforma,- recordando que fue aprobada por el Senado de la República el 11 de diciembre de 2013 y por la Cámara de Diputados un día después. Para el 18 de diciembre la reforma fue declarada constitucional por el Poder Legislativo Federal y promulgada por el Ejecutivo el 20 de diciembre del mismo año y publicada al día siguiente en el Diario Oficial de la Federación- plasma su opinión



en un artículo que lleva por título “El indiscutible éxito de la estrategia Peña Nieto” publicado en el periódico El Milenio<sup>58</sup>.

En dicha columna menciona que, desde su perspectiva el presidente Peña Nieto y su equipo diseñaron una estrategia para que se dictaminará la reforma energética en los términos ideados por el gobierno. Así mismo, que en el diseño estratégico, el tiempo era el primer año de gobierno, el 2013 y sobre esa base estructurarón, controlaron y jerarquizarón su organización.

Termina diciendo que en el tema de las reformas, siempre tuvieron la iniciativa el presidente y su partido, ya que, nunca la perdieron; y que en el trascurso del tiempo se irá sabiendo de qué calado es en realidad la reforma, de qué tamaño son las resistencias ya fuera del estadio legislativo y si es posible aplicarlas a cabalidad. Pero de que el proyecto de poder, la estrategia de reforma del presidente Peña Nieto, se había impuesto sin lugar a dudas.

En este caso, la opinión de *Ciro Gómez Leyva* no resulta tan evidente para poder establecer que ciertamente su postura es similar a la que presentó en su momento el Presidente de la Republica; a diferencia de Carlos Marín, quien en toda ocasión, a lo menos durante el debate transmitido por Televisa defendió su posición de que PEMEX no se privatizaría como la oposición lo enunciaba y en gran medida justificando la propuesta de reforma de Peña Nieto.

Ciro Gómez solo se limita a decir que la estrategia puesta en marcha por el equipo de Peña Nieto logró imponerse de acuerdo con los planes que se tenían para poder ser aprobada antes de terminar el primer año de gobierno.

Cabe resaltar que Televisa en gran parte de sus transmisiones mostró constante interés al abordar el tema de la reforma energética, lo cual se vió reflejado en la opinión pública, al ser un tema discutido entre la mayoría de la sociedad, desde que fue tomada como propuesta de campaña política de Enrique Peña Nieto.

---

<sup>58</sup> “El indiscutible éxito de la estrategia Peña Nieto”. El Milenio. México, d.f., 5 de Diciembre de 2013. En línea. En sección: Firmas.



## CONCLUSIONES

En esta investigación se recuperó el proceso que conlleva la creación de una opinión pública, pues todo requiere un proceso, en el cual intervienen diversos factores. Fue de suma importancia conocer cómo es que los medios de comunicación deciden sobre los temas que consideran más importantes para posteriormente establecer la agenda del público, y ahí es donde se identifica la influencia que ejercen sobre la sociedad desde el momento en que asignan los temas en los que hay que pensar.

Por otro lado, hay que considerar que aun nuestra constitución mantiene ciertas lagunas en su redacción, que la hacen ambigua y confusa. Esto imposibilita su entendimiento en la aplicación de las normas, y por ende en el castigo ante su incumplimiento.

Ahora bien, la reforma electoral 2007/2008 no es la excepción, ya que como lo dice Saúl López Noriega, en su artículo, "Elecciones 2012: equidad electoral y propaganda encubierta en medios de comunicación":

"Un problema estructural de esta reforma es que fue pensada en buena medida a partir de un lenguaje mediático muy concreto: los spots. Es decir, el objetivo central de impedir la dominación del dinero y de los medios de comunicación en el escenario político electoral se construyó sin considerar un aspecto medular: los medios saben hablar de muchas maneras, es decir, que la reforma pasó por alto que el posible maridaje entre medios y clase política ciertamente se puede expresar mediante spots, pero también a través de otros lenguajes mediáticos tales como entrevistas, reportajes, infomerciales, etc."<sup>59</sup>

En consecuencia, las instituciones encargadas de aplicar esta reforma se encontrarán con un problema no menor: la enorme versatilidad del lenguaje

---

<sup>59</sup> López Noriega, Saúl. "Elecciones 2012: equidad electoral y propaganda encubierta en medios de comunicación". p. 4



mediático abre un sinfín de posibilidades para el complot. Los spots son tan sólo una de las varias monedas de cambio que pueden utilizarse para cerrar acuerdos entre medios de comunicación y clase política.

Otro defecto estructural que ubica Saúl es que la reforma electoral de 2007/2008 no estableció una vía institucional para verificar una posible contratación o arreglo ilícito de un espacio en radio y televisión, en cualquiera de sus posibles lenguajes. Es decir, las autoridades electorales -el IFE y el TEPJF- cuentan con pocas herramientas para fiscalizar el flujo de dinero hacia los medios. Sobra mencionar que esta dificultad para probar de manera fehaciente un arreglo entre medios y clase política, se acentúa ante una prohibición absoluta que inevitablemente crea un mercado negro.

Con base a estas deficiencias es como fue presentado el Juicio de inconformidad para la no validez de la elección por el Candidato de la izquierda, Andrés Manuel López Obrador.

Sin embargo, esta sentencia que emitió el TEPJF ante este Juicio de inconformidad no ayudó para esta investigación, ya que mediante esta alternativa no pudo comprobarse el trato preferencial que tuvo la televisora hacia el candidato Enrique Peña Nieto en el uso de tiempos para la propaganda desde antes que diera inicio la campaña, tal como lo declaraba la Coalición Movimiento Progresista y su candidato.

Ante ésta problemática presentada, el buscar un tema de interés social ubicado tanto en la agenda política como en la agenda de los medios aseguraba que ayudaría para comprobar la hipótesis. Esta decisión implicó retomar la agenda política que planteaba Enrique Peña Nieto, para que se relacionara su discurso con el tratamiento que aplicaba la televisora.

Se esperaba que ésta alternativa de realizar un seguimiento a las líneas de opinión de los periodistas de Televisa pudiese haber sido más favorable, aunque ciertamente fue difícil obtener una postura de cada uno de ellos, en la cual se



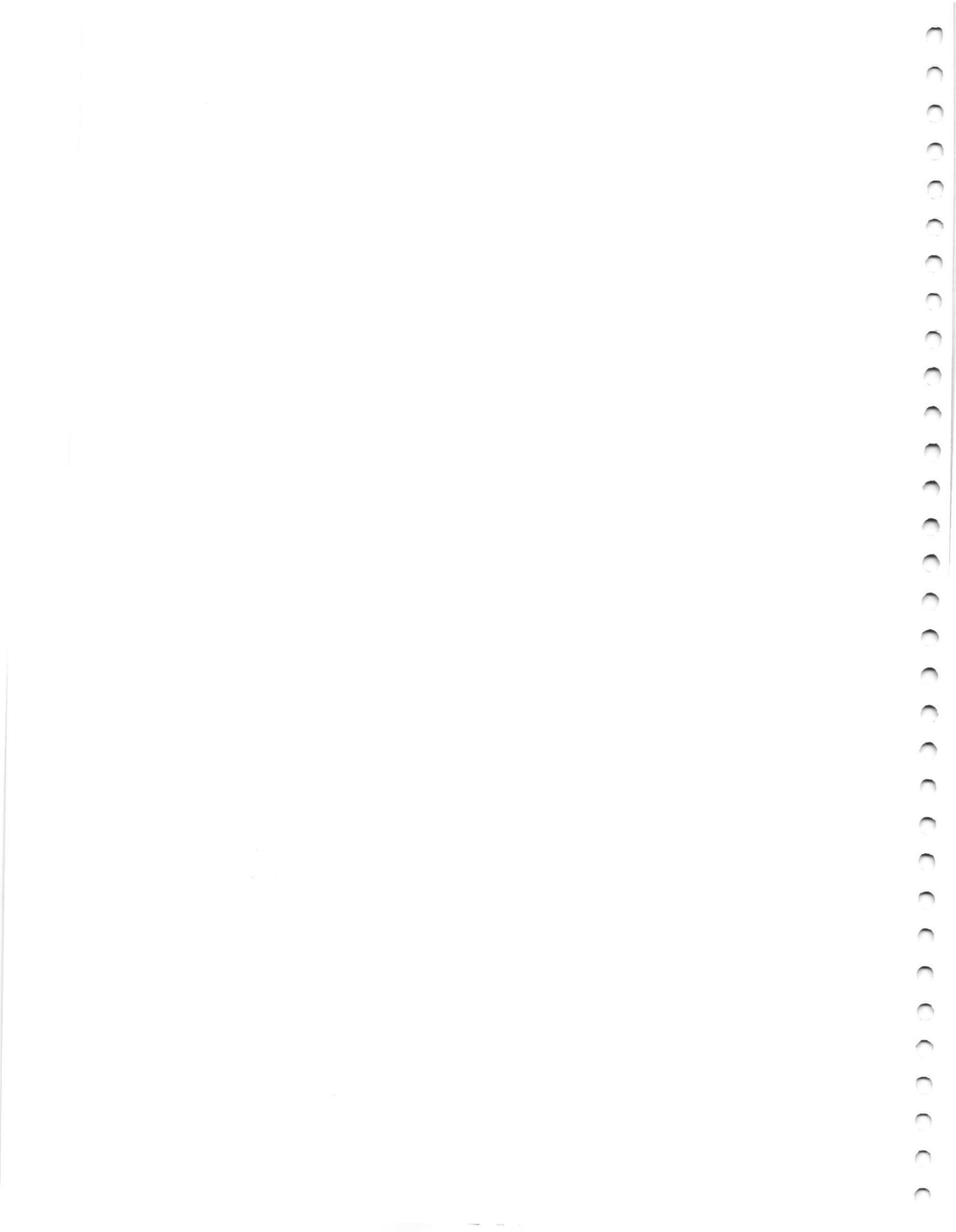
pronunciaran a favor o en contra del tema de estudio, el de la Reforma de Energética.

Si bien, mediante la revisión del debate transmitido en esta televisora que lleva por nombre "*Tercer Grado*", pudieron recabarse algunas ideas importantes, especialmente en el caso de Carlos Marín, quien se mostró un poco radical al respaldar la idea de que de ninguna manera PEMEX se vendería; posición contraria a algunos legisladores del Congreso y parte de la opinión pública; existieron otras tantas opiniones en las cuales no se logró encontrar un mayor alcance que favoreciera esta investigación.

Sería interesante más adelante en otro estudio poder identificar un tema de agenda política que haya tenido mayor alcance en la agenda de los medios, y posterior a ello, poder encontrar declaraciones más claras de estos portavoces de Televisa acerca del mismo tema; o buscar otras alternativas para poder determinar una hipótesis favorecida.

No obstante, queda entendido el gran papel que juegan los medios de comunicación en la sociedad contemporánea, tanto en la agenda política y la opinión pública, mostrándose claramente en la agenda del público. Está claro que el enorme crecimiento y la expansión de las instituciones mediáticas constituyen hoy en día un elemento determinante en la sociedad, ya que su principal objetivo es influir en la opinión pública mediante la lista de temas que los medios consideran más importantes.

De lo anterior que, la agenda de los medios se convierte en la agenda pública, es decir, los temas de preocupación más destacados se transforman en temas de preocupación más importantes; esta es la tesis central de la teoría de la agenda setting.



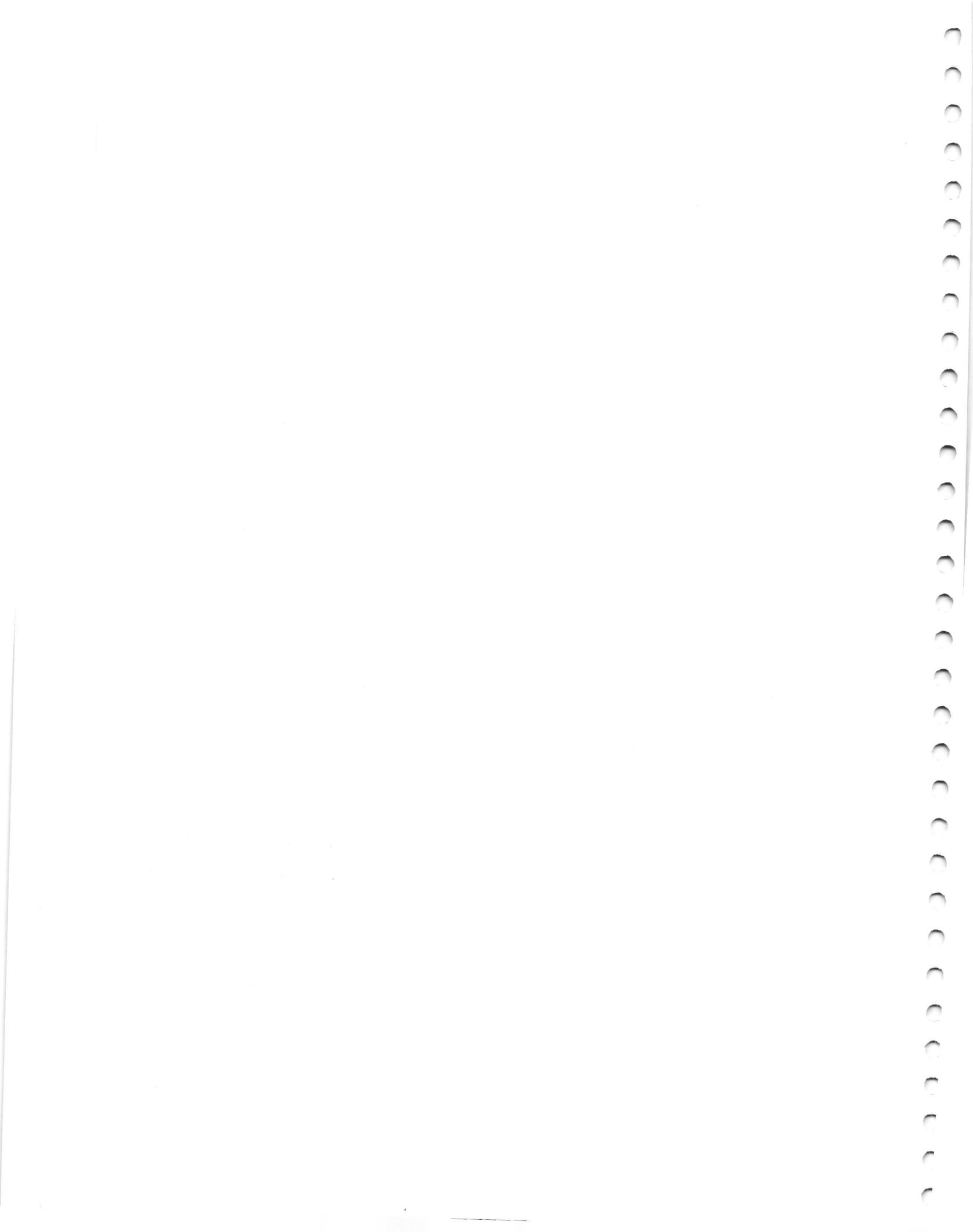
## REFERENCIAS CONSULTADAS

### Libros

- Bobbio, Norberto. *"El futuro de la democracia"*. Ediciones Fondo de cultura económica. Italia, 1984
- Dahl, Robert A. *"La Poliarquía; participación y oposición"*. Editorial Tecnos. Madrid, 1989
- Maigret Eric. *"Sociología de la comunicación de los medios"*. Ediciones Fondo de Cultura Económica. Bogotá, Colombia 2005.
- Mc Combs Maxwell, *"Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento"*. Ediciones Paidós. Cambridge, 2004.

### Artículos

- Abundis, Francisco. *"Los medios de comunicación en México"*. Parametría. Investigación de opinión y mercados, análisis estratégico.
- Apreza, Salgado Socorro. *"Concentración de medios versus pluralismo informativo externo"*. México.
- Cárdenas García Jaime y Mijangos Borja, María de la Luz. *"Reflexiones sobre las reformas nacionales en materia electoral: 1994"*. Anuario Jurídico, Nueva Serie. 1994.
- Carpizo, Jorge y Carbonell, Miguel (coords.), *"El Derecho a la Información y Derechos Humanos"*. Edit. Porrúa, México, 2003
- Cuna Pérez, Enrique y Escamilla Cadena, Alberto. *"Reforma electoral, medios de comunicación y partidos políticos. Implicaciones y desafíos ante las elecciones del 2009"*. "En FEPADE" difunde. Primera edición. Número 16. México. 2008.
- Echauri, Guillermo. *"Cobertura en noticiarios"*. Revista Zócalo. Como jugaron los medios n° 149 [en línea]. 16 de Noviembre de 2012.



- García Bartolo, Moisés Sinuhé. *“La Construcción de un liderazgo: Esbozo biográfico de Andrés Manuel López Obrador”*. “El Cotidiano”, núm. 141, UAM-Azcapotzalco. 2007
- \_\_\_\_\_ *“Las reformas electorales a nivel federal en México”*. Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco. México. 2011.
- Martínez, Becerril Rigoberto. *“El derecho de acceso a la información en México, su ejercicio y medios de impugnación”*. Instituto de Acceso a la Información del Estado de México, 2009
- Rabasa Gamboa, Emilio. *“Las reformas constitucionales en materia político-electoral”*.
- Reyes Tépatch, M. *“Partidos Políticos: Prohibición para contratar tiempos en la radio y la televisión y las nuevas reglas de acceso a estos medios electrónicos, en los términos del artículo 41 Constitucional”*, fr. III, apartado A. Cámara de diputados LX Legislatura, Centro de documentación, información y análisis. México. 2007
- Solís, Brisa Maya. *“La discriminación en los medios de comunicación”*. México, CONAPRED, 2006
- Soto, Gama Daniel. *“Principios generales del derecho a la Información”*. Instituto de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de México y Municipios”. México, 2010
- Villanueva, Ernesto. *“Derecho de Acceso a la Información Pública en Latinoamérica”*. Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México, 2003.
- Villanueva, Ernesto. *“Régimen Jurídico de las Libertades de Expresión e Información en México”*. México: Instituciones de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, 1998.
- Villanueva, Ernesto y Gómez Perla. *“Indicadores en materia de derecho de la información”*. Liberad de información- México A.C., 2007



## Legislación

Acuerdo CG194/2011 del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se Reforma el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio de 2011.

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) 2008.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917. Última reforma publicada DOF 10-02-2014.

Constitución de los Estados Unidos Mexicanos. 2008

Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano. 1789

Declaración Universal de los Derechos Humanos. 1948.

Decreto constitucional para la libertad de la América mexicana, sancionado en Apatzingán. 22 de Octubre de 1814.

Dictamen de las Comisiones Unidas de puntos constitucionales; de energía, y estudios legislativos, primera, con proyecto de decreto por el que se reforman y adicionan los artículos 25, 27 y 28 de la constitución política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de energía.

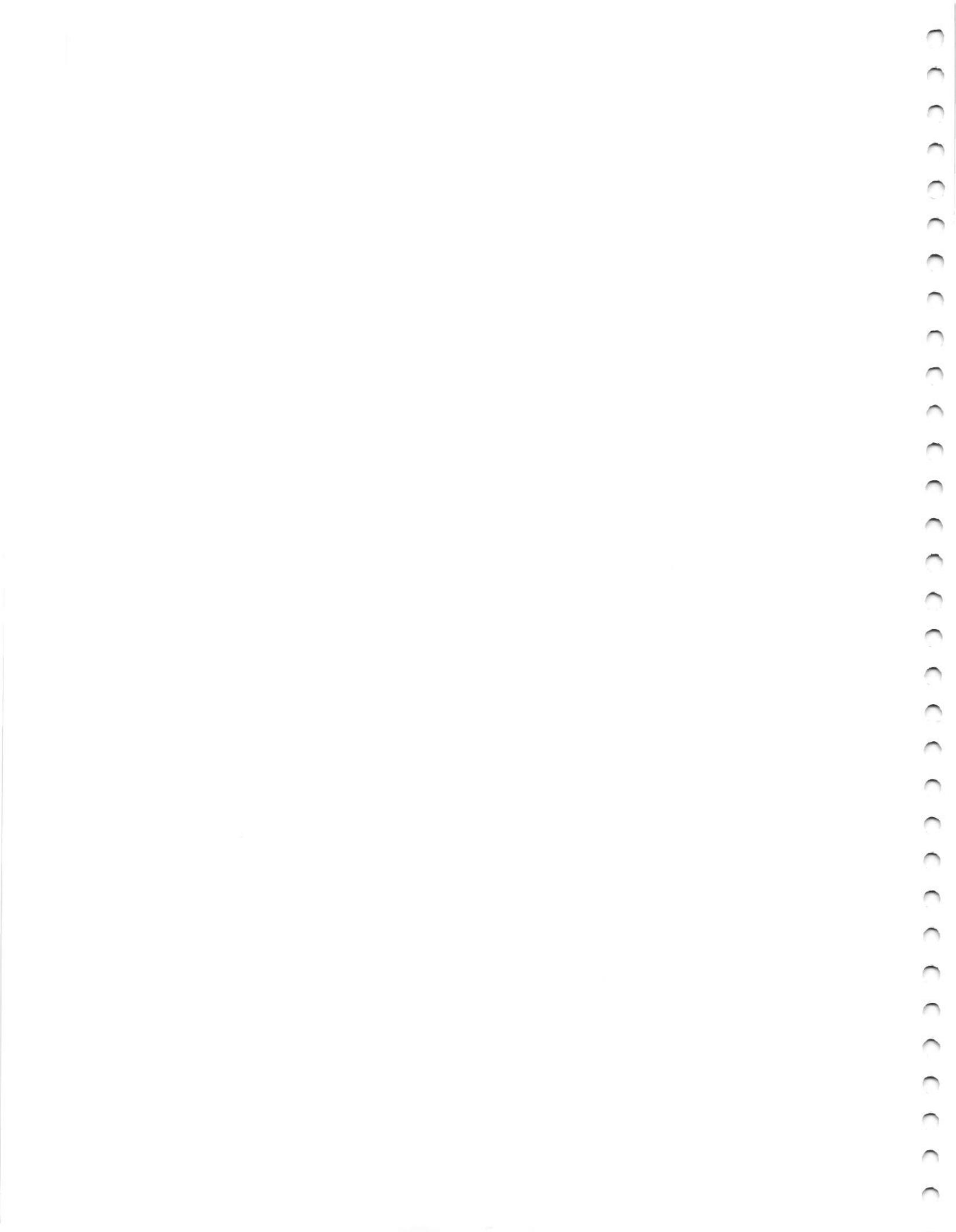
Dictamen por con proyecto de decreto por el que se expide la ley reglamentaria del artículo 6o. constitucional en materia del derecho de réplica y se reforman las fracciones VI Y VII y se adiciona con una fracción viii al artículo 53 de la ley orgánica del poder judicial de la federación. México, 2010.

Informe UNESCO 19 c/93, 16 de agosto de 1976.

Ley Federal de Radio y Televisión 2012.

Ley de Imprenta. Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de abril de 1917.

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Adoptado y abierto a la firma, ratificación y adhesión por la Asamblea General en su resolución 2200 A (XXI), de 16 de diciembre de 1966.



## Sitios de Internet

Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral. Consultado en <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-acuerdos/2012/Mayo/CGext201205-24/CGe240512ap6.pdf>

Camarena, Salvador (entrevistador), et Trejo Raúl (entrevistado). *“El derecho de réplica en los medios de comunicación”*. W Radio, 2010. Tomado de [http://www.wradio.com.mx/escucha/archivo de audio/raul-trejo-delarbre-el-derecho-de-replica-en-los-medios-de-comunicacion/20100318/oir/972173.aspx](http://www.wradio.com.mx/escucha/archivo_de_audio/raul-trejo-delarbre-el-derecho-de-replica-en-los-medios-de-comunicacion/20100318/oir/972173.aspx)

Coalición Movimiento Progresista. Juicio de Inconformidad. Expediente: SUP-JIN-359/2012. Mexico.2012 Consulado en: [http://www.ife.org.mx/documentos/proceso\\_2011-2012/documentos/SUP-JIN-359-2012.pdf](http://www.ife.org.mx/documentos/proceso_2011-2012/documentos/SUP-JIN-359-2012.pdf)

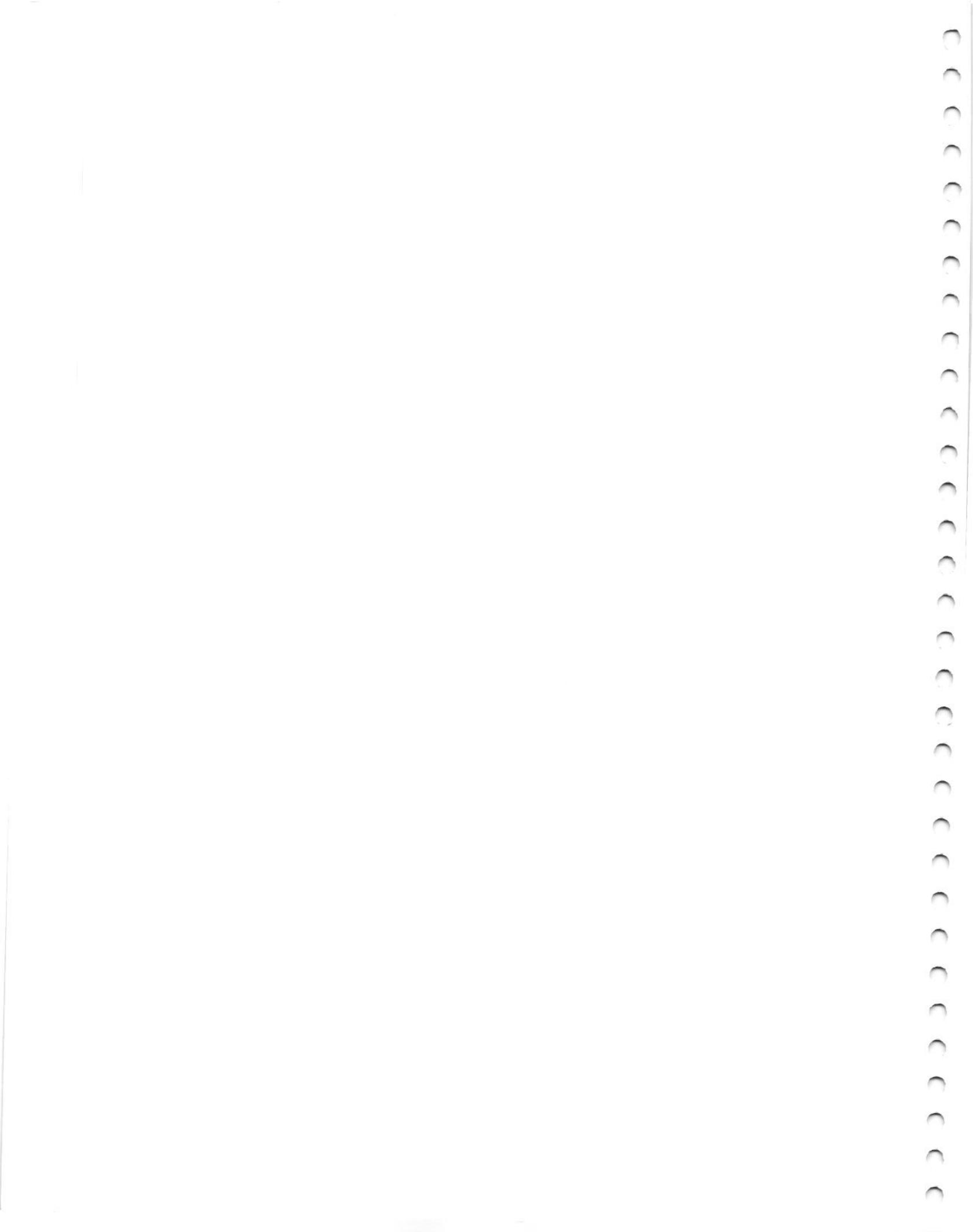
*“El indiscutible éxito de la estrategia Peña Nieto”*. El Milenio. México, d.f., 5 de Diciembre de 2013. En línea. En sección: Firmas. [http://www.milenio.com/firmas/ciro\\_gomez\\_leyva/indiscutible-exito-estrategia-Pena-Nieto\\_18\\_202959709.html](http://www.milenio.com/firmas/ciro_gomez_leyva/indiscutible-exito-estrategia-Pena-Nieto_18_202959709.html)

Gobierno de la Republica. *“Iniciativa de Reforma Energética”* [en línea]. 4 de Septiembre de 2013. Disponible en: <http://consulmex.sre.gob.mx/losangeles/index.php/iniciativa-de-reforma-energetica-2013>

*“La Reforma Energética (Parte 1 y 2)”*. Tercer Grado. Noticieros Televisa, 2013. En línea. [http://noticieros.televisa.com/programas-tercer-grado/1303/la-reforma-energetica-\(parte-1\)/](http://noticieros.televisa.com/programas-tercer-grado/1303/la-reforma-energetica-(parte-1)/)

Nuestro siglo - La Reforma política de 1977 en Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión. Consultada en: [http://www.diputados.gob.mx/museo/s\\_nues11.htm](http://www.diputados.gob.mx/museo/s_nues11.htm)

Nuestro siglo - De la Reforma de 1986 a la modernización del proceso electoral, en Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión. Consultada en: [http://www.diputados.gob.mx/museo/s\\_nues12.htm](http://www.diputados.gob.mx/museo/s_nues12.htm)



Página oficial del IFE. Consultada en  
<https://prep2012.ife.org.mx/prep/NACIONAL/PresidenteNacionalVPC.html>

Torres, Mariana. (2010). "Ley de Imprenta: casi centenaria y obsoleta". Tomado de:

[http://www.kajanegra.com/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=629:casi-centenaria-una-ley-vieja-y-obsoleta&Itemid=9](http://www.kajanegra.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=629:casi-centenaria-una-ley-vieja-y-obsoleta&Itemid=9)

Trejo, Raúl. (2011, 12 marzo). "*Menos poder a los viejos consorcios, más pluralidad de medios en México*". El país. Tomado de:  
[http://elpais.com/elpais/2013/03/12/opinion/1363057518\\_532970.html](http://elpais.com/elpais/2013/03/12/opinion/1363057518_532970.html)

Tuckman, Jo. Wikileaks revela preocupación de Estados Unidos a través de enlaces a Televisa-Peña Nieto en 2009. The Guardian [en línea]. 11 de junio 2012. Disponible en:  
<http://www.theguardian.com/world/2012/jun/11/wikileaks-us-concerns-televisa-pena-nieto>

