



Casa abierta al tiempo

Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Iztapalapa

**REFORMA ELECTORAL 2007. MEDIOS DE
COMUNICACIÓN Y SU REGULACIÓN EN LAS
ELECCIONES INTERMEDIAS DEL 2009.**

**T E S I N A
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADO EN
C I E N C I A P O L Í T I C A
P R E S E N T A N**

**OJEDA RAMÍREZ MARÍA MAGDALENA.
REYES ROSALES JOSÉ DE JESÚS.**

MATRÍCULA: 205365203

MATRÍCULA: 205330517

ASESOR (A):

**DR. ALBERTO ESCAMILLA
CADENA**

LECTOR (A):

**MTRO. VALERIANO RAMIREZ
MEDINA**

Iztapalapa, Ciudad de México, Septiembre, 2011

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO 1. MARCO TEÓRICO.	
1.1.DEMOCRACÍA.....	3
1.2. SISTEMA ELECTORAL.....	20
1.2.1. ELEMENTOS DEL SISTEMA ELECTORAL.....	21
1.2.2. TIPOS DE SISTEMA ELECTORAL DE MAYORIA (RELATIVA Y ABSOLUTA).....	22
1.2.3. REPRESENTACIÓN PROPORCIONAL.....	23
1.2.4. SISTEMAS MIXTOS.....	24
1.2.5. OTROS SISTEMAS.....	25
1.3.SISTEMAS DE PARTIDOS.....	26
1.3.1. TIPOLOGIAS DE SISTEMAS DE PARTIDO.....	27
1.3.2. RELACIÓN ENTRE LOS SISTEMAS ELECTORALES Y LOS SISTEMAS DE PARTIDOS.....	30
CAPITULO 2- MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL.	
2.1. DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	33
2.2. COMUNICACIÓN POLÍTICA.....	35

2.3. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO.....	37
2.4. LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN EL PROCESO ELECTORAL DEL 2006.....	41
2.5. PARCIALIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	44
2.6. ACCESO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	47

CAPITULO 3- REFORMA ELECTORAL DEL 2007.

3.1. REFORMA ELECTORAL 2007: REGULACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	51
3.2. CAMPAÑAS ELECTORALES.....	57
3.3 REFORMAS ADMINISTRATIVAS DENTRO DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.....	60

CAPITULO 4- ELECCIONES INTERMEDIAS DEL 5 JULIO DEL 2009.

4.1. APLICACIÓN DE LA REFORMA ELECTORAL DEL 2007 EN LAS ELECCIONES FEDERALES DEL 2009.....	66
4.2. LAS ELECCIONES FEDERALES DE JULIO DEL 2009.....	67
4.3. EL CONTRAATAQUE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTE LA APLICACIÓN DE REFORMA ELECTORAL.....	71

4.4. EN CUÁNTO A LA REDUCCIÓN DE LOS GASTOS DE CAMPAÑA.....	74
4.5. LOS VACÍOS IDEOLÓGICOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LAS CAMPAÑAS.....	76
4.6. LA AUSENCIA DE CONTENIDO EN LOS CASI NULOS DEBATES POLÍTICOS.....	79
CONCLUSIONES.....	82
BIBLIOGRAFIA.....	84

INTRODUCCIÓN

Finalizando las elecciones federales del 2006, los reclamos de la mayoría de los partidos políticos hicieron tangibles serias deficiencias dentro del sistema electoral existente en ese momento. Es por eso que el Congreso de la Unión, atendiendo las inconformidades de los partidos políticos y de una gran parte de la sociedad mexicana, se dio a la tarea de llevar a cabo una nueva reforma electoral.

Dicha reforma tuvo como singularidad su conducción exclusiva por las fracciones parlamentarias representadas en las cámaras de diputados y senadores. Es por ello, que podemos decir que dicha reforma fue consensuada en el seno del Poder Legislativo. Algo que es por demás conveniente, dado que el Congreso de la Unión es el máximo órgano de representación política nacional, donde convergen una gran variedad de corrientes de pensamiento a través de los partidos políticos, o por lo menos, así debería de ser.

La reforma constitucional y legal de 2007 da clara muestra de avances democráticos, sin que por ello no sean también visibles las nuevas problemáticas que consigo trae. Sin embargo uno de los más grandes avances dentro de la reforma es la reglamentación de las campañas y precampañas electorales, en donde juegan un papel primordial los medios de comunicación. Dicho aspecto cobro gran relevancia dentro de la opinión pública, dado de que en los últimos procesos electorales surgieron candidatos que iniciaron sus campañas antes de los tiempos establecidos oficialmente.

Para el siguiente análisis de la reforma electoral del 2007 en materia de medios de comunicación, tomamos en cuenta los siguientes elementos:

Dentro del primer apartado se desarrollaron los conceptos básicos para comprender el funcionamiento del sistema político-electoral, donde la democracia juega un papel primordial dentro de dichos sistemas, siendo el elemento donde el sistema electoral sentara sus bases para guiar la participación ciudadana.

En el segundo apartado se desarrolló el papel de los medios de comunicación dentro de las democracias y su efecto dentro del sistema electoral, dado que los políticos atribuyen a los medios (especialmente a la televisión), mayor influencia de la que comúnmente tienen sobre la sociedad, evidenciando que tales medios tienen una posición estratégica dentro del sistema, en tanto que son agentes de apoyos y exigencias para el gobierno.

En el tercer y cuarto apartado se analiza la reforma electoral en materia de medios de comunicación y su desenvolvimiento dentro de las elecciones intermedias del año 2009, teniendo como uno de sus objetivos principales regular la comunicación política del “spot”, y brindar a los partidos una equidad de competencia vulnerada en las elecciones presidenciales del año 2006.

CAPITULO 1. MARCO TEÓRICO

1.1. DEMOCRACÍA.

Se dice que en terminos generales la Democracia significa el gobierno del pueblo por el pueblo, ésta proviene de las palabra griegas demos (pueblo) y kratos (poder o gobierno), la democracia, es por lo tanto, un modo de organizar el poder politico donde el pueblo es el objeto del gobierno y a su vez el sujeto que gobierna, por ello el único soberano legitimo es el pueblo.

La palabra democracia significa "gobierno del pueblo". Una democracia es un sistema en el cual el pueblo puede cambiar sus gobernantes de una manera pacífica y al gobierno se le concede el derecho a gobernar porque así lo quiere el pueblo.¹

Para Karl Popper la democracia es *el sistema por el que los ciudadanos pueden deshacerse de los gobernantes sin derramamiento de sangre.²*

La democracia es en general buena y la mejor forma de gobierno.³

La democracia política moderna es un sistema de gobierno en el que los ciudadanos pueden llamar a cuentas a los gobernantes por sus actos en el dominio público, a través de la competencia y cooperación de sus representantes electos.⁴

¹ Namibia Institute for Democracy (s/f), Democracy and You: A Guide to Better Understanding, Windhoek, p.6.

² Ian Shapiro, Casiano Hacker-Cordón. Valores Democráticos, "Concepción de la democracia minimalista: una defensa", Cambridge University Press, Cambridge, 1999, p.24.

³ L. Diamond. Developing, Democracy Toward Consolidation, The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1999, p.2.

⁴ Philippe Schmitter y Terry Lyn Karl, "What is democracy ... and is not", en Larry Diamond y Marc Plattner (eds.), The Global Resurgence of Democracy, Baltimore y Londres, The John Hopkins University Press, 1993, p.40

La fórmula Democrática consiste en la posibilidad de convivencia y competencia civilizada y de una institucionalidad estatal capaz de representar y procesar los intereses de la sociedad.

*El método democrático es aquel sistema institucional para llegar a decisiones políticas, en el que los individuos adquieren el poder de decidir por medio de una lucha competitiva por el voto popular.*⁵

La democracia se reduce, entonces, a un método electivo mediante el cual el pueblo elige líderes que compiten por el libre voto.

Tocqueville arguye que la democracia más que ser una forma de gobierno, es un proceso social, es la igualdad de condiciones, igualdad que a su criterio, es el eje de la dicha forma de gobierno.

Desde los antiguos griegos hasta Rousseau, se pensaba en la democracia como una democracia directa, en la cual los ciudadanos ejercen el derecho a la participación en la toma de decisiones sin intermediación. Sin embargo, con la aparición de sociedades nacionales modernas más complejas, con mayor diferenciación, surgió la necesidad de contar con un poder centralizado, capaz de pacificar y someter dentro de un territorio determinado, a los poderes ideológicos, como a los poderes económicos mediante la monopolización de la violencia legítima. *Emerge así el Estado Político Moderno instancia de la defensa la unidad nacional.*⁶

Con él, además, nace el Estado de derecho, como el poder encargado de elaborar y hacer cumplir las leyes, pero éste fue también un Estado sujeto a las propias leyes establecidas así también. La soberanía del Estado, se transforma en la soberanía de la legalidad, pues sus propias instituciones se encuentran jurídicamente limitadas en sus competencias y

⁵ J. A. Schumpeter. Capitalismo, Socialismo y Democracia. Harper Torchbooks, Nueva York, 1942., p. 250.

⁶ Luis Salazar, José Woldenberg. Principios y valores de la democracia, DE LA SOBERANÍA POPULAR A LA DEMOCRACIA. Cuadernos de divulgación de la cultura Democrática. Pág. 15. IFE, México 2008.

atribuciones, ello además, conlleva a la separación de poderes, en Legislativo, Ejecutivo y Judicial, con el fin de evitar la concentración y la extralimitación o abuso del poder. Así pues, dicho control del gobierno por el gobierno sólo pudo consolidarse mediante la democratización de la soberanía estatal, lo que significa que el poder soberano, sólo puede pertenecer legítimamente al pueblo, de ésta forma germina el Estado soberano, constitucional, y democrático, donde el principio de la soberanía popular requiere de un Estado capaz de afirmarse como poder superior, poder legal y poder representativo de la voluntad popular, es entonces, cuando la fuente última de todo poder o autoridad política es exclusivamente del pueblo, y la legalidad misma adquiere su legitimidad por ser expresión de la voluntad popular.

Ante el surgimiento de dichas sociedades modernas, la democracia directa presenta una imposibilidad objetiva ante la inmensidad de éstos Estados, por ello se modifica la teoría de la democracia y se incorporarán los mecanismos de la representación y la dimensión vertical (Sartori), es decir, la constitución de la autoridad como representativa frente a la imposibilidad del autogobierno, se incorpora la división de poderes, el principio de la mayoría, el constitucionalismo y la representación política.

Para que este pluralismo contradictorio de intereses y opiniones se convierta en un acuerdo común en lo que debe hacerse políticamente, es necesario que existan procedimientos que permitan unificar democráticamente a los ciudadanos y a tomar decisiones públicas legítimas. Uno de esos procedimientos es el que se basa en el principio de la Mayoría, la cual postula que, al no existir la unanimidad, el criterio que debe guiar la adopción de las políticas y las decisiones es el de la mayoría de los participantes, bajo éste precepto, las reglas del juego democrático se toman por la mayoría y pueden cambiarse, para ello se requiere de votaciones sistemáticas y repetidas, configurando a su vez la participación de las minorías, quienes no sólo tienen derecho a existir y a tratar de convertirse en nuevas mayorías, sino también a influir en las decisiones públicas y en su control, legitimando con su propia existencia, a las democracias.

El gobierno del pueblo soberano en las democracias, sólo puede realizarse indirectamente, esto es, mediante la democracia representativa, régimen que surge por la conformación de un Estado liberal-constitucional.

La democracia liberal, es un sistema político basado en el poder popular, ya que la titularidad del poder pertenece al demos, sin embargo, el ejercicio es atribuido a representantes elegidos electoralmente y periódicamente por el pueblo.

Para la tradición democrática liberal, *el individuo en su calidad de ciudadano, es un sujeto político que hace conocer su voluntad para que esta sea parte de la voluntad gobernante. Al menos, delibera con el resto de los individuos en igualdad de condiciones para lograr decisiones legítimas*⁷. Por éstas razones se dice que la democracia es bicéfala, ya que contiene en sí misma las libertades del individuo y la soberanía de un pueblo, aglomerando libertades individuales en favor del bien común.

*Así pues, las relaciones entre democracia y libertad se dan a partir de la idea de que la primera es instrumental a la segunda, y de tres maneras: primera, porque las elecciones libres e imparciales requieren de ciertos derechos políticos (expresión, asociación y oposición) que no pueden existir aislados de las libertades civiles; segunda, la democracia maximiza la autodeterminación, por vivir bajo normas que los mismos sujetos obligados establecen; tercera, facilita la autonomía moral, la habilidad de cada ciudadano de realizar decisiones normativas y autogobernarse.*⁸

En la discusión actual sobre la democracia existen, dos grandes concepciones, llamadas *minimalista o procedimental y maximalista o sustantiva*.

⁷ Held, D. (2001, ed. orig. de 1996). El desarrollo de la democracia liberal: a favor y en contra del Estado. En D. Held, Modelos de Democracia (pp.), Madrid: Alianza.

⁸ Ibid., pp. 2-3.

El concepto clásico de Democracia definido por los filósofos del siglo XVIII arguye que es *el conjunto de arreglos institucionales que permiten arribar a decisiones políticas mediante las cuales se realiza el bien común, ello al dejar a los individuos decidir las cuestiones comunes a través de la elección de los individuos que han de realizar su voluntad.*⁹ Joseph Schumpeter arguye que el problema de dicha concepción es presuponer la existencia del bien común como criterio orientador de las acciones políticas y como criterio accesible a toda persona a través de una argumentación racional., dicho autor, dice que la democracia debe ser entendida como aquel arreglo institucional para llegar a decisiones políticas, en la cual, los individuos adquieren el poder de decidir por medio de una lucha competitiva, el voto; es decir, *descansa sobre el supuesto de la competencia, incorpora la idea de remover (evicting) al líder, y da sentido a los cambios en la composición de las mayorías.*¹⁰

La democracia minimalista en el terreno pragmático del realismo político, se entiende como democracia mínima, es decir, algo inmediatamente posible que surge en el proceso de transición, siempre pactando o negociando, por ello, se dice que este tipo de democracia es aplicable a gobiernos dictatoriales. La ventaja más notable de este modelo consiste en el carácter descriptivo de la democracia mínima. Simultáneamente la democracia mínima comprende el carácter normativo en cuanto se refiere a sistemas políticos, tales como los existentes en las sociedades plurales, es decir, en los Estados Nación.

La función principal de la democracia mínima es asegurar la libertad de los individuos frente a la prepotencia del Estado, mediante un conjunto de instituciones y procedimientos que garantizarían la libertad de los individuos.

La concepción maximalista es una forma de gobierno mixto, donde el control del Poder Ejecutivo se da a partir de la práctica y la normatividad constitucional, los resultados electorales a partir de una significativa oposición y la posibilidad de alternancia partidista; así mismo, la participación de los grupos minoritarios surgen con independencia a los intereses partidarios, el acceso a diversas fuentes de información y las libertades son

⁹ G. O'Donnell, "Teoría democrática y política comparada", Desarrollo económico, vol. 39, núm. 156, enero-marzo 2000, p.250.

¹⁰ Ibid. Pp.269-272.

derechos latentes; pues la constitución, al ser suprema, incorpora elementos liberales y democráticos, los articula de un modo nuevo, pues ninguno de los componentes realiza funciones instrumentales respecto del otro, ya que todos ellos deben interpretarse de forma armónica a efecto de que ninguno ceda ante los restantes.

*La democracia maximalista termina por ser una forma cualificada de constitucionalismo*¹¹

La democracia moderna es un conjunto de procedimientos encargados de hacer viable el principio fundamental de la soberanía popular.

Es a su vez una democracia política, en la medida en que es básicamente un método para formar gobiernos y legitimar sus políticas.

También es una democracia formal, porque como método es independiente de los contenidos sustanciales es decir, de las políticas y programas que las diversas fuerzas políticas promueven.

Además, se trata de una democracia representativa, porque la legitimidad de dichos gobiernos y políticas, expresa la voluntad de los ciudadanos por consenso.

Robert Dahl, en su obra *La Democracia y sus críticos*, argumenta que la democracia política moderna, la poliarquía, existe solo si se reúne los siguientes factores:

- El control de las decisiones del gobierno está en los funcionarios electos, pues su poder está depositado constitucionalmente.
- Los funcionarios son elegidos pacíficamente de manera frecuente, en elecciones no fraudulentas, en las que el fenómeno de la coerción es muy poco común, nulo o muy pequeño.

¹¹ W. F. Murphy, "constituciones, constitucionalismo y democracia", en *Constitucionalismo & Democracia. Transición en el mundo Contemporáneo*, D. Greenberg, Oxford University Press, Nueva York, 1993, pp. 6.

- Sufragio igual y universal en todos los ciudadanos.
- La mayoría de los ciudadanos tienen derecho a presentarse como candidatos para cargos electivos en el gobierno.
- Derecho de expresarse con libertad, sin correr el riesgo de ningún tipo de amenaza.
- Derecho de los ciudadanos de tener fuentes de información alternativas que no estén monopolizadas por el gobierno ni por ningún otro grupo.
- Los ciudadanos tienen derechos a formar asociaciones u organizaciones autónomas, incluidas las asociaciones políticas (por ejemplo, partidos políticos y grupos de interés), que procuren influir en el gobierno, rivalizando en las elecciones y por otras vías pacíficas.
- Garantías a los derechos de las minorías contra cualquier abuso por parte de las mayorías.

El pueblo soberano no es una entidad orgánica, más bien se refiere al conjunto de ciudadanos, libres e iguales (mujeres y hombres mayores de 18 años) que gozan de derechos políticos, y que por ellos, pueden participar en la construcción de la voluntad política colectiva.

El pueblo es concretamente gobernante en el momento de las elecciones, mediante la expresión de la opinión del cuerpo soberano entero. Después y antes, el gobierno es de consentimiento, ejercido por los representantes, responsables ante el pueblo gracias a la periodicidad de los mandatos. Otras expresiones de la opinión pública (manifestaciones, huelga, etc) sólo son partes de ella y no pueden reivindicar una legitimidad gobernante.

Se dice que los ciudadanos existen en una sociedad moderna como hombres con la capacidad de discernir racionalmente entre las ofertas que se les presentan, que pueden contribuir con su opinión a la toma de acuerdos, que ellos mismos pueden agruparse para participar en los asuntos públicos y que como individuos gozan de una serie de derechos.

Para la concepción clásica de Marshall, la ciudadanía se refiere a un status asignado a todos aquellos que son miembros plenos de una comunidad, siendo éstos iguales respecto a sus derechos y deberes: "el ciudadano es un poseedor de derechos, los cuales le permiten ser tratado como un miembro pleno de una sociedad de iguales".

En este sentido, la noción de ciudadanía incluye a partir del siglo XVIII un conjunto de derechos civiles, a los que se suman progresivamente los derechos políticos en el siglo XIX y los derechos sociales durante el siglo XX, asumiendo las siguientes características:

- Están compuestos por los derechos esenciales para la libertad individual, como la libertad de expresión, de pensamiento y la libertad religiosa, el derecho a la propiedad privada y el derecho a la justicia.
- Debe incluir a los derechos políticos, como derechos colectivos vinculados a la ciudadanía civil y se refieren al derecho a participar en el ejercicio del poder político, como votar, ser representado o participar directamente del sistema.
- Conteniendo a los derechos sociales, desde el derecho al bienestar y la seguridad económica, hasta el derecho a compartir dentro de la comunidad la herencia social y vivir de acuerdo a criterios estandarizados aceptables para cada sociedad.

La opinión pública es la que da valor a las elecciones, y determina la movilización electoral. Para su formación, la riqueza y un alto nivel de educación son necesarios, pero no suficientes como lo muestra la apatía política contemporánea. Esta siempre existe como opinión presente en el público, sin embargo, no puede existir si la educación ejerce un adoctrinamiento o si los medios de informaciones no son pluralistas e independientes.

Por otro lado, la responsabilidad pública de los gobernantes es central para entender la democracia, esta se refiere a la capacidad de las instituciones políticas para llamar a cuentas a los gobernantes a propósito de decisiones inadecuadas que hayan tomado o de abusos de poder en contra de la ciudadanía. Cuando tal capacidad institucional existe, se puede lograr un buen equilibrio entre la capacidad del gobierno para tomar decisiones oportunas (gobernabilidad) y la capacidad de otras instituciones para limitar o frenar el poder de aquél, de modo que no exceda su autoridad en perjuicio de la ciudadanía (responsabilidad pública).

La responsabilidad pública de los gobernantes puede dividirse en legal y política:

- la legal castiga la transgresión, por parte del gobernante, de los límites que la ley impone a su autoridad.
- la política se refiere al costo de haber tomado decisiones inadecuadas o negligentes; en tal caso, es posible remover del cargo al responsable o sustituir en el gobierno a un partido por otro.

Los procesos electorales juegan un papel clave en el cumplimiento la responsabilidad política de los gobernantes, pues las elecciones al permitir poner en competencia a distintos aspirantes a diversos cargos de elección popular, los motiva a acumplir con el mandato de su electorado y a promover sus intereses generales, para así conservar su apoyo político, es decir, a través de los comicios es posible sustituir pacíficamente a un partido o candidato, que por cualquier motivo haya caído de la gracia de sus electores, y de esa forma castigar alguna mala decisión de su parte. El hecho mismo de que los gobernantes, estén sujetos a la ratificación periódica de sus cargos, les hace conocedores de que el electorado puede en cualquier momento retirarles su favor, y los obliga en alguna medida a moderarse en el ejercicio del poder y a tomar en cuenta la opinión y demandas de sus electores.

En las elecciones reside la posibilidad de que la ciudadanía elija como sus gobernantes a los candidatos y partidos de su preferencia, haciéndose responsables política y legalmente,

pues se logra la legitimidad del gobierno cuando los ciudadanos tienen la facultad de decidir quién los va a gobernar.

Los procesos electorales constituyen, una fuente de legitimación de las autoridades públicas. La legitimidad política puede entenderse, en términos generales, como la aceptación mayoritaria, por parte de los gobernados, de las razones que ofrecen los gobernantes para detentar el poder.

Las elecciones cumplen una función más, la de promover una sucesión del poder de manera pacífica y ordenada, permitiendo mantener la estabilidad política y la paz social. Lo anterior en virtud de que si se disputa el poder en condiciones equitativas, los candidatos y partidos que aspiran al poder y los grupos y ciudadanos que los respaldan renunciarán más fácilmente a la violencia como medio para acceder al gobierno. Las reglas de la democracia electoral se han diseñado con el propósito de hacer más aceptable y tolerable la derrota.

Las condiciones de las elecciones democráticas son las siguientes:

- Las oportunidades formales de triunfo deben ser iguales para todos los contendientes, de modo que sean sus propios méritos políticos los que decidan el veredicto.
- El premio del juego sólo se podrá disfrutar por un tiempo determinado, pasado el cual se volverá a disputar en una nueva ronda, es decir, las elecciones deben guardar cierta periodicidad más o menos fija.
- El triunfo en una ronda electoral otorga al ganador el derecho de ejercer el poder durante el periodo fijado, pero no brinda el de obtener ventajas formales en la siguiente ronda electoral.
- El ganador en cada ronda electoral no tendrá derecho a ocupar todos los puestos y niveles del poder, sino sólo algunos de los más importantes, entre los que se

encuentra el gobierno. La oposición tendrá derecho a ocupar algunos otros puestos menores de poder.

- Existe también una sanción específica para el partido o candidato que, tras resultar perdedor en buena fe, intente desconocer el veredicto por cualquier medio y, en particular, por la fuerza.

Desde el ámbito electoral, son varias las condiciones para que pueda hablarse de un sistema democrático:

- Que todos los ciudadanos tengan la posibilidad real de ser representantes de sus conciudadanos.
- Que todos los ciudadanos tengan la posibilidad real de escoger a sus representantes con plena información y conocimiento de causa.
- La transparencia del sufragio.
- La imparcialidad de los órganos de supervisión de los procesos electorales.
- La existencia de un número significativo de miembros de los tres poderes comprometidos con el cambio, que muestren y practiquen su adhesión a los nuevos postulados democráticos, y, muy en concreto, a los derechos, principios, valores y garantías constitucionales.
- El afianzamiento económico, reduciendo las bolsas de pobreza, la marginalidad, la exclusión social y la discriminación de cualquier tipo.
- Que el ciudadano común perciba ese cambio de actitud en los poderes y esas mejoras en las condiciones de vida.

Las formas de participación política de los ciudadanos en las democracias, además del voto, pueden ser:

- Referéndum: Otorga a los ciudadanos el derecho de ratificar o rechazar las decisiones de los cuerpos legislativos.
- Plebiscito: La ciudadanía responde mediante el voto a una consulta efectuada por el gobierno sobre asuntos del estado que son de interés fundamental. Pueden ser cuestiones internas (por ejemplo, cambio de forma política) o de orden internacional (problemas limítrofes).
- Iniciativa popular: Es la proposición al parlamento de proyectos de leyes presentados directamente por ciudadanos.
- Recall o revocatoria: Derecho de deponer funcionarios o anular sus decisiones por medio del voto popular.
- Jurados: Los ciudadanos integran jurados populares, que es una forma de colaborar con el poder judicial.

Cabe mencionar que la democracia presupone un conjunto de valores éticos y políticos que la hacen deseable y justificable frente a sus alternativas históricas. Tres son los valores básicos de la democracia moderna y de sus principio constitutivo (la soberanía popular):

- Libertad: Valor básico de la democracia moderna para la convivencia socialmente organizada y para la persecución de fines colectivos ordenada y pacíficamente. La libertad como la posibilidad de los individuos a elegir entre diversas alternativas, sin verse sujeto a sanciones, interferencias o amenaza alguna (ni del gobierno, ni de organización o individuos), sin embargo, dicha libertad en cada ciudadano se ve limitada por la necesidad de no afectar la libertad de los demás, también se ve limitada fácticamente por la mayor o menor cantidad de opciones existentes.

Entendida así, la libertad se institucionaliza en una serie de derechos específicos, tales como: de pensamiento, de expresión, de asociación, de empleo, de religión etc. La libertad democrática como la capacidad de autogobernarse, asumiendo como legítimas sólo las obligaciones y vínculos que cuenten con su aprobación tácita o explícita, de esta manera supone el derecho de cada individuo de participar en la elaboración y adopción de las decisiones colectivas que le conciernen, es decir, la libertad de ser un ciudadano políticamente activo. Las libertades políticas particulares son: de pensamiento, reunión, asociación, manifestación, sufragio, etc., en la medida en que tales actividades se propongan fines propiamente políticos.

- Igualdad: ninguna diferencia o desigualdad económica, política, social, cultural o física, puede legitimar el dominio de unos seres humanos sobre otros. Al ser las normas jurídicas universales para los ciudadanos de una democracia, todo ciudadano goza de los mismos derechos y las mismas obligaciones, por consecuencia, ningún grupo o clase social puede tener algún tipo de privilegios o derechos políticos especiales.

No es una igualdad igualitarista, no pretende abolir el pluralismo y la diversidad en las sociedades democráticas, por el contrario, es una igualdad dentro y para la libertad, con una ética de la equidad en el trato social, ello es, el reconocimiento y respeto estricto de los derechos políticos y civiles de todos y cada uno de los ciudadanos, independientemente de su edad, religión, rango económico, sexo, etc.

- Fraternidad: a pesar de las diferencias y conflictos de intereses u opinión, los miembros de una sociedad no deben verse como bandos contrapuestos e irreconciliables, sino como coparticipes parcialmente conflictivos en la formación de la voluntad política nacional, que dichas contradicciones entre grupos de interés deben tratarse pacífica y legalmente, mediante procedimientos capaces de integrar, negociar y concertar soluciones legítimas y aceptables para todos bajo los valores de la estabilidad, de la paz, de la legalidad, de la autolimitación, de la cooperación y de la tolerancia, reconociendo derechos y obligaciones reciprocas entre los ciudadanos.

La realización institucional y la consolidación productiva de la democracia, por la naturaleza de sus principios y valores constitutivos, exige fuertes dosis de racionalidad y responsabilidad de los políticos y los ciudadanos. Para ello se requiere una cultura y una educación para la democracia, esto es, información y discusión sistemáticas y permanentes de los valores y principios de la democracia y sobre sus formas de realización institucionales., ésta es una tarea no sólo de escuelas públicas y privadas, sino también, de los partidos, instancias gubernamentales y organizaciones sociales en su conjunto.

Dahl postula que la democracia es un ideal imposible de realizar en la práctica, no hay democracias reales, sino más bien, prácticas reales o poliarquías, es decir, combinaciones de liderazgos, control de los no líderes sobre los líderes, regímenes cuyos actos presentan una correspondencia con los deseos de la mayoría de sus ciudadanos, donde los funcionarios electos son elegidos y luego sustituidos por elecciones libres relativamente frecuentes, en ella, los ciudadanos gozan del derecho de libertad .

La democracia debe lograr un equilibrio entre el ejercicio del poder desde abajo y el ejercicio del poder desde arriba, necesario para su eficacia. Ese equilibrio depende de la pluralidad de las elites (líderes y grupos de ideas) y la autonomía de la opinión pública (Sartori). El pluralismo permite relativizar las certezas políticas y teóricamente obliga a un procedimiento más cuidadoso y racional de los asuntos públicos.

La justicia electoral posee una dimensión política, ya que forma parte del medio a través del cual se expresa la soberanía popular (los procesos electorales): una dimensión electoral, en la medida en que actúa directamente en la conformación de los poderes legislativo y ejecutivo, asumiendo, competencias de control en los procesos electorales: y finalmente una dimensión garantista, puesto que su función principal es asegurar el sometimiento al derechos, de los poderes públicos, especialmente, velando por la igualdad en los procesos electorales.

Las reticencias políticas para establecer controles y garantías judiciales en las elecciones, tiene su última palabra en el poder legislativo, con la selección imparcial de los jueces

electorales. *La pretensión de utilizar a los jueces para promover cambios políticos y sociales*¹²

La instauración de la justicia electoral no sólo incide en la política y en la pugna partidista, sino también, en la democratización del sistema. La participación del poder judicial en los procesos electorales, implica cierta redefinición de los poderes del Estado, *en la que gana posiciones el poder judicial a costa de la pérdida de competencias de los otros poderes, proceso que estos últimos, no van a favorecer de forma entusiasta.*¹³

El Estado es el espacio privilegiado de la política (la democracia) y la jurisdicción. La democracia es, entonces, un orden jurídico-político, y como en cualquier orden jurídico, existe una función de justicia o jurisdiccional, que se realiza a lo largo de un proceso y está compuesta por un conjunto de etapas encaminadas a cumplir fines específicos, como: determinar la existencia de una pretensión y de un derecho de aquel que ejerce una acción en juicio; identificar el incumplimiento de una obligación por quien es su contraparte en un proceso; considerar a ese incumplimiento como un acto ilícito (*lato sensu*); determinar la sanción que corresponda y, en su caso, ordenar el ejercicio de la fuerza pública para lograr su cumplimiento coactivo.

*La función del Estado que conocemos con los nombres de jurisdicción o administración de justicia, se encamina esencialmente a la realización de acto coactivo o su preparación procesal. En este sentido, constituye una función estatal en sentido eminentemente formal; es función del Estado en el sentido formal de la palabra.*¹⁴

Desde el momento en que la existencia de la dominación se funda en normas, es posible advertir la enorme relación que se da entre derecho y política: *primero, porque la dominación política terminará legitimándose a partir del acatamiento de los contenidos del*

¹² J. Malem, J. Orozco y R. Vazques (compiladores) "el indebido monopolio constitucional-electoral de la Suprema Corte de Justicia". La función judicial. Ética y democracia. Gedisa TEPIF-ITAM, Barcelona, 2003, pág. 117.

¹³ O. Bachof. Jueces y constitución, Civitas, Madrid, 1985, trad. esp. de R. Bercovitz, pág. 27.

¹⁴ Hans Kelsen, Teoría general del Estado, L. Legaz Lacambra (trad.), Ed. Nacional, México, 1979, pp. 316-317.

*derecho y, a partir de lo anterior, porque las características del régimen político se conocerán a través de lo dispuesto en las normas jurídicas.*¹⁵

*Los tribunales encargados de las funciones jurisdiccionales, deben cumplir con la función de perfeccionar la democracia, principalmente en la transición hacia la misma*¹⁶. Evitando a toda costa, la politización de la justicia electoral, siendo a su vez, que los jueces no desempeñen formalmente ningún papel político, aunque en la práctica, su relación (de sumisión) con el poder político sea muy estrecha. Para conseguirlo, los jueces demócratas, y todos los niveles de la judicatura, deben asumir por lo menos estos compromisos:

- Sentirse vinculado y sometido a la ley, a la constitución y a los valores y principios que ella contempla.
- Reaccionando contra las vulneraciones de la ley o la ley, *aunque provengan de los propios poderes públicos*¹⁷
- Empleando, con todas sus limitaciones, el método jurídico, aunque se trate de problemas políticos.
- Manejándose en los inevitables márgenes valorativos sin partidismo y con independencia.
- Reclutando y formando un modelo de juez apto para esa tarea, lo que se puede denominar como el juez ciudadano.

En el caso de México, las jurisdicciones electorales son especializadas, puesto que los juicios de valor y los criterios de interpretación con los que deben afrontarse los márgenes legislativos son diferentes. Dicha especialización implica otorgar la máxima importancia a

¹⁵ J. R. Cossío, *Cambio social y cambio jurídico*, Miguel Ángel Porrúa, México, 2001, caps. IV y V.

¹⁶ E. Garzón Valdés. *El papel del poder judicial en la transición a la democracia.*, cit., Pág. 137.

¹⁷ L.Ferrajoli. "Jurisdicción y Democracia", en M. Carbonell, H. Fix-Fierro y R. Vazquez (compiladores), *Jueces y derecho. Problemas contemporáneos*. Porrúa-JUNAM, México, 2004, pág. 108.

la materia electoral, que, políticamente junta a los tres poderes del Estado democrático, y *jurídicamente liga derecho, justicia y política configurándose como la piedra angular de todo edificio democrático.*¹⁸

En definitiva democracia significa “juridificación” y “judicialización” del conflicto, único modo de garantizar la igualdad de armas de las partes en el seno del proceso, su resolución pacífica y el monopolio de la fuerza por parte del Estado. Sin embargo, es preciso evitar la judicialización de la política, la utilización abusiva de la judicatura, que es convertida en arma arrojadiza de la pugna política, los jueces deben ser independientes de los políticos y controlar que en su actuación se sujeten a la constitución y a la ley.

*No hay democracia sin elecciones libres, y que no caben elecciones libres sin controles o garantías jurisdiccionales.*¹⁹

No cabe duda que el principio democrático está en el origen de la justicia electoral, es decir, se instaura una jurisdicción electoral con la finalidad de fortalecer a la democracia incluso de propiciarla.

Democracia es democracia participativa, aunque la soberanía reside en el pueblo y de él dimanen todos los poderes, se ejerce por medio de los representantes y para ello es básica la participación en los procesos electorales de forma libre y consciente, pero también con confianza en el sistema.

¹⁸ . El papel del poder judicial en la transición a la democracia., cit., Pág. 131.

¹⁹ F. J. Bastida Freijedo. “ley electoral y garantías judiciales”, en Revistas de las Cortes Generales, n°. 7, 1986, pág. 32.

1.2. SISTEMA ELECTORAL.

Generalmente al concepto de sistema electoral se le atribuyen erróneamente términos como “régimen electoral”, “ley electoral” y “derecho electoral”, como si fueran sinónimos del mismo.

Sin embargo, como bien nos dice el presidente consejero del IFE, Leonardo Valdés, un sistema electoral *es el conjunto de medios a través de los cuales la voluntad de los ciudadanos se transforma en órganos de gobierno o de representación política.*²⁰

Por otra parte, y de forma más analítica, Francisco Gallardo define al sistema electoral como *el principio de representación que subyace al procedimiento técnico de la elección y al procedimiento mismo, por medio del cual los electores prestan su voluntad política en votos que a su vez se convierten en escaños o poder político.*²¹

Según las definiciones, podemos afirmar que el sistema electoral es una estructura intermedia, donde por medio del proceso electoral una sociedad elige a sus representantes o gobernantes de forma democrática.

Este proceso que a simple vista puede parecer simple, es más bien complejo. Las mas diversas voluntades e ideologías que convergen en un momento dado y que son manifestadas a través de una sencilla boleta electoral, es pieza importante de un extenso proceso político reglamentado jurídicamente, y cuya tarea es darle certeza y legitimidad a los ganadores de dicho proceso para que formen parte de los poderes políticos del Estado.

Es por ello que un sistema electoral es una muestra innegable que protege el principio de representación y el procedimiento técnico de la elección, siendo así el elemento para que

²⁰ Valdés Leonardo, Sistemas Electorales y de Partidos, IFE. 2008 p.9

²¹ Gallardo Francisco. Los sistemas electorales. Fundamentos y alcances. España.1991. Tesis de doctorado. p. 3

los ciudadanos expresen su voluntad política en votos, que a su vez serán convertidos en puestos o funciones de cualquier poder político.

Sin embargo, hoy en día, diversos teóricos y académicos debaten en torno a la influencia de los sistemas electorales en los procesos democráticos de un país. Algunos consideran que dicho sistema tiene una injerencia mínima en los procesos democráticos, mientras que otros afirman que un Estado democrático depende en gran medida de su sistema electoral.

1.2.1. ELEMENTOS DEL SISTEMA ELECTORAL.

Los elementos de un sistema electoral varían según el modelo implementado en cada Estado, sin embargo, independientemente del tipo de modelo, estos tendrán la tarea de organizar, vigilar e implementar las reglas de todo proceso electoral.

Los siguientes elementos del sistema electoral se relacionan estrechamente y tienen como objetivo el derecho y legitimidad del voto.

1.- **DISTRITOS:** son las unidades o circunscripciones electorales en las que está dividido un país, en los cuales los votos de los ciudadanos componen el fundamento para la distribución de los cargos gubernamentales. Dichos distritos pueden ser uninominales o plurinominales según el tipo de sistema electoral implementado.

2.-**CANDIDATURAS:** estas pueden ser individuales o de lista, de esta última se desprenden las siguientes variantes:

- **Lista abierta:** el votante tiene la posibilidad de combinar y proponer nuevos candidatos, además de poder modificar el orden en que aparecen.
- **Lista cerrada:** el orden en que aparecen los candidatos es invariable y el votante puede modificarlos.

- Lista cerrada y bloqueada: el orden en que aparecen los candidatos es invariable y el votante acepta o rechaza los candidatos.

3.- SUFRAGIO: este elemento varía de acuerdo al sistema electoral y las respectivas leyes implementadas en la materia. El voto puede ser único, múltiple, preferencial, limitado o acumulativo.

4.- ESCRUTINIO: en dicho elemento es de vital importancia el principio de decisión, es decir, ya sea de mayoría relativa o de representación proporcional, tomando como base el cómputo de los votos.²²

1.2.2. TIPOS DE SISTEMA ELECTORAL DE MAYORIA (RELATIVA Y ABSOLUTA).

El sistema de mayoría simple fue el primero que se implementó dentro de todos los modelos de sistema electoral. La aplicación de dicho sistema se efectúa en los distritos uninominales, en donde cada elector emite un voto y el candidato que al final de la jornada electoral obtiene más sufragios es el vencedor, inclusive si este no obtiene una mayoría absoluta.

Los críticos de dicho sistema consideran que en caso de que hubiera una gran diversidad de votos entre los candidatos contendientes, el ganador solamente representaría una pequeña minoría.

Sin embargo, el sistema de mayoría tiene otra variante, la de mayoría absoluta, con la cual se obtiene un ganador cuando algún candidato obtiene por lo menos el 50% de los sufragios. Comúnmente, el sistema de mayoría absoluta hace uso de más de una vuelta de votación, limitando el número de candidatos que competirán en la segunda vuelta.

²² Núñez Arturo. El nuevo sistema electoral mexicano. Editorial FCE. , México 1994 p. 9

Es evidente que el modelo de mayoría absoluta, especialmente en elecciones presidenciales, dota al Ejecutivo de un inobjetable apoyo mayoritario de los ciudadanos, en base de que el ganador obtiene el apoyo de más de la mitad del electorado.

1.2.3. REPRESENTACIÓN PROPORCIONAL.

En el sistema de representación proporcional se resuelven algunos problemas de los sistemas de mayoría, especialmente los de la sobre-representación y sub-representación, dándole a cada uno de los partidos los escaños o representantes que correspondan en base al porcentaje de votos obtenidos durante la jornada electoral.

Dicho sistema comúnmente se aplica en las circunscripciones o distritos plurinominales, en donde los partidos presentan sus listas de candidatos para que los ciudadanos voten en bloque.

Sin embargo, dichos problemas de representación no se resuelven del todo, ya que generalmente el sistema de representación proporcional determina un mínimo de votos, con lo que se excluye a los partidos que no alcanzan ese límite, por y quedan sub-representados. Académicos y analistas consideran que si bien los diversos órganos de representación electos mediante este sistema pueden reflejar las distintas opiniones, ideologías o concepciones políticas de una sociedad, no tienen un mandato que regule o norme sus actividades legislativas o gubernamentales.

En este aspecto, Leonardo Valdés argumenta que para gobernar y legislar *se requiere de un mandato claro, basado en las ideas predominantes de la sociedad, no en el resultado de una especie de encuesta de opiniones múltiples y desorganizadas.*²³

²³ Valdés, Op. Cit. P. 13

Otra crítica importante del sistema de representación proporcional recae sobre las listas de candidatos que presentan los partidos, ya que es establecido básicamente por las cúpulas de los mismos. En consecuencia, *el ciudadano pierde en realidad el derecho a elegir a su propio representante; su adhesión es a un partido, a un programa, más que a un candidato determinado.*²⁴

Debido a sus fallas, especialistas del tema critican fuertemente que los sistemas de representación proporcional de alguna manera corten el vínculo entre el representante y representados, que pese a sus fallas ya mencionadas si aseguran las modalidades del sistema de mayoría.

1.2.4. SISTEMAS MIXTOS

Los sistemas mixtos, como su nombre lo indica, combinan elementos de los mecanismos de mayoría y de representación proporcional, teniendo como característica fundamental que los escaños del poder legislativo se eligen por representación proporcional, pretendiendo compensar de alguna manera la falta de representación ocasionado por el sistema de mayoría relativa.

Generalmente los sistemas mixtos tienen una estructura de mayoría simple en los distritos uninominales, conjuntamente con las diputaciones complementarias obtenidas por la representación proporcional.

Nuestro país es un ejemplo del sistema mixto electoral desde 1978. México se divide en 300 distritos uninominales, de los cuales se eligen 300 diputados de mayoría relativa. Los otros 200 escaños que conforman la Cámara de Diputados, se obtienen a través de la representación proporcional, esto mediante el sistema de listas regionales votadas en cinco circunscripciones plurinominales. Además, la legislación electoral vigente dispone que, *para adquirir el derecho a que le sean atribuidos diputados de representación*

²⁴ Ibídem.

*proporcional, todo partido político debe alcanzar por lo menos 2% del total de la votación emitida para las listas regionales de las circunscripciones plurinominales.*²⁵

Para Valdés Zurita es este caso, hay un límite de diputaciones para el partido mayoritario, *que teóricamente puede implicar que el sistema pierda su capacidad para hacer equivalentes las proporciones de votos y de curules de cada partido.*²⁶

Para varios especialistas, los sistemas mixtos reúnen las mejores características de los sistemas de mayoría y de representación proporcional, dado que mantiene la relación de los representados con el representante propio del sistema de mayoría, además de evitar los efectos de la sobre-representación y sub-representación. No obstante, se han implementado otros tipos de sistemas que no caben dentro de la tipología que hemos mencionado, y que tienen vigencia en sociedades modernas como Japón y Australia, por mencionar algunos.

1.2.5. OTROS SISTEMAS

SISTEMA DE VOTO UNICO NO TRANSFERIBLE: JAPON

Dicho sistema se utiliza para elegir a los 512 diputados que forman la Cámara de Representantes de Japón. Se eligen a través de los 130 distritos plurinominales, de donde se eligen tres representantes como mínimo y cinco como máximo. El ciudadano cuenta con un voto y debe elegir a alguno de los candidatos presentados por los partidos. El escrutinio utiliza la formula de mayoría relativa, sin embargo, el sistema japonés establece un mínimo de votación que deben alcanzar los candidatos vencedores en cada uno de los distritos. Dicho límite es la cuarta parte del cociente electoral simple, y solamente los candidatos que superan dicho límite son declarados vencedores para ocupar el cargo en disputa.

²⁵ www.ife.org.mx

²⁶ Valdés, Op. Cit. P. 19

SISTEMA DE VOTO ALTERNATIVO: AUSTRALIA.

Este sistema se utiliza para elegir a los 148 representantes del congreso australiano. Se eligen a través de los 148 distritos uninominales, en donde los ciudadanos eligen su primera y segunda preferencia respecto de los candidatos postulados. El escrutinio tiene varias etapas. En primer lugar se corrobora si algún candidato tiene la mayoría absoluta en la primera preferencia, si este es el caso, el candidato que obtiene la mayoría absoluta es el vencedor. Si ninguno de los candidatos cumple con dicho criterio se elimina al que tuvo menos votos en las primeras preferencias y se distribuyen sus sufragios en relación con las segundas preferencias asignadas por sus electores, por lo que se realiza un segundo conteo. Por último, quien resulte vencedor lo será por mayoría absoluta, compuesta por los votos de primera preferencia que obtuvo más los de segunda preferencia que los electores de los partidos más débiles le otorgaron.

1.3. SISTEMA DE PARTIDOS

Un sistema de partidos es el *espacio de competencia leal entre los partidos, orientado hacia la obtención y el ejercicio del poder político*²⁷. Sin embargo, en este sistema, los partidos políticos requieren de garantías mínimas que permitan la sana competencia entre los mismos, cuando alguno de estos adquiera funciones gubernamentales. Por lo tanto, los partidos tienen que llegar a acuerdos donde se pondere el espacio electoral como el medio de competencia por excelencia, aun y cuando salgan derrotados en la lucha por el poder.

Los partidos políticos, bajo esta lógica, son fieles al sistema político cuando aceptan en el espacio electoral los procedimientos jurídicos para la obtención del poder y su ejercicio. Dichas características de los partidos políticos son de gran relevancia para definir las principales características del sistema de partidos.

²⁷ Valdés. Op. Cit. P. 27

En este sentido, el sistema de partidos sería elementalmente un marco de competencia entre los mismos para obtener y ejercer el poder, por lo cual sus funciones son de suma importancia dentro de las democracias representativas.

El sistema de partidos, y por consiguiente, los partidos mismos tienen como papel primordial el ser la instancia mediadora de comunicación entre los ciudadanos y el gobierno. De dicha mediación surgen las principales funciones del sistema de partidos:

- Confrontación de opciones.
- Lucha democrática por el poder
- Obtención legítima de cargos de representación y gobierno
- Ejercicio democrático y legítimo de las facultades legislativas²⁸

De esta manera el sistema de partidos entabla una comunicación de dos vías. Por una parte el sistema presenta ante las instancias políticas las exigencias e iniciativas de los diversos grupos sociales. Además, el sistema de partidos comunica a los ciudadanos las acciones gubernamentales y las consecuencias esperadas de las mismas, cumpliéndose así este proceso.

1.3.1. TIPOLOGIAS DE SISTEMAS DE PARTIDO.

Dentro de las primeras clasificaciones de los sistemas de partidos se considero como factor determinante la cantidad de partidos políticos, teniendo así la clásica tipología del sistema de partido único, el bipartidismo y el multipartidismo, además de que teóricos como Duverger resaltaron la función del sistema electoral dentro de la conformación del sistema partidista.²⁹

²⁸ Valdés. *Ibíd*em

²⁹ Duverger Maurice. Los partidos políticos, Fondo de Cultura Económica, México, 1957.

Sin embargo, esta clasificación numérica era demasiado reduccionista, y no tomaba en cuenta otros factores más complejos, es por ello que teóricos como La Palombara y Weiner clasificaron a los sistemas de partido bajo el criterio de la “competitividad”, considerando además los elementos ideológicos y pragmáticos de los partidos políticos. La Palombara y Weiner clasificaron los sistemas de partido competitivos en:

- Alternante-ideológico
- Alternante-pragmático
- Hegemónico-ideológico
- Hegemónico-pragmático³⁰

A su vez, Sartori retoma la clasificación numérica pero bajo el criterio de competición entre los partidos políticos, considerando además el aspecto dinámico, es decir, la posibilidad que tiene un sistema de partido en cambiar por otro. Para Sartori un sistema de partido es un *sistema de canalización libre, en la cual prevalece la expresión, en todo el sistema político, por encima de la represión.*³¹

Bajo estos criterios Sartori formulo una clasificación de los sistemas de partidos en “sistemas competitivos” y “sistemas no competitivos, cada uno con subtipos que complementan su tipología.

Dentro de los sistemas competitivos se desprenden los siguientes subtipos:

- Partido predominante: dentro de este sistema los demás partidos gozan de las mismas oportunidades que el partido principal, además de que no ponen en tela de juicio la legitimidad del partido predominante.

³⁰ La Palombara, J./Weiner, M. (Comps.): Political Parties and Political Development, Princeton University Press, Princeton, 1966.

³¹ Sartori, Giovanni. Partidos y sistemas de partidos. Madrid, Alianza, Segunda edición 1992. P. 81

- Bipartidista: en este sistema dos partidos buscan la mayoría de los escaños, generalmente el partido ganador obtiene la mayoría absoluta, sin embargo hay una alternancia del poder.
- Pluripartidista: en dicho sistema Sartori utiliza como elemento rector la “ideología” para diferenciar el tipo de competencia entre los partidos. Divide al sistema pluripartidista en *polarizado* y *moderado*. El primero cuenta con un gran número de partidos en competencia (más de 6), además de poseer una gran distancia ideológica entre estos. El segundo, por su parte cuenta con una media de 5 partidos o menos en competencia, y la distancia ideológica entre estos es mínima.

Por otra parte, dentro de los sistemas no competitivos se desprenden los siguientes subtipos:

- Partido único: dicho sistema solo permite la existencia de un solo partido. Sartori identifica tres tipos de partido único, el totalitario, autoritario y pragmático. El primero goza de una ideología fuerte respaldada por el uso de la violencia; el autoritario no tiene una ideología fuerte y el control del Estado lo ejerce a través de los instrumentos instaurados por su poder; el pragmático, por su parte otorga más flexibilidad a las voces de la sociedad.
- Partido hegemónico: en este sistema hay varios partidos pequeños y periféricos al predominante, donde las reglas no permiten una competencia equitativa entre estos y donde no se produce una alternancia en el poder. En ocasiones la oposición puede ganar escaños, pero generalmente son acuerdos que se pactan para aparentar un multipartidismo.

El sistema de partidos mexicano tuvo la característica de tener un régimen autoritario moderado, manteniendo el control político a través del partido hegemónico (PRI) y no por medio de las fuerzas armadas.

En dicho sistema, el PRI manipulaba las leyes electorales para hacerse de ventaja, sin embargo, los pequeños partidos eran tolerados, sin tener ninguna posibilidad de acceder al poder político. *Periódicamente se celebraban elecciones que aparentaban cumplir con los requisitos formales de la democracia, pero en realidad estaban controladas por el régimen con el fin de asegurar la hegemonía del PRI.*³²

Ahora bien, a través de los años podemos observar que los sistemas de partidos no son inalterables. Sartori y La Palombara sostienen que el elemento más influyente dentro del sistema, y por ende, de su transformación, es el número de partidos importantes, creando una dinámica importante de competencia.

En este aspecto Leonardo Valdés afirma que *si un sistema con partido tradicionalmente predominante produce repentinamente la alternancia en el poder, es necesario reclasificar a ese sistema, quizá como bipartidista o como pluralista moderado o polarizado.*³³

Efectivamente, en hechos como estos, la reclasificación es más que obligada, ya que se observa una alteración dentro de la competitividad de los distintos partidos políticos que conforman el sistema, así como también de sus funciones dentro del mismo.

1.3.2. RELACIÓN ENTRE LOS SISTEMAS ELECTORALES Y LOS SISTEMAS DE PARTIDOS.

El pionero en abordar este tema fue Maurice Duverger, quien a través de sus famosas leyes pretende demostrar de que manera los sistemas electorales influyen en la conformación de un sistema de partido, ejemplificándolo de la siguiente manera:

- Una formula mayoritaria en distritos uninominales favorece un sistema bipartidista

³² Revista Mexicana de Sociología, año 65, núm. 3, julio-septiembre, 2003, México, D. F.,

³³ Valdés Leonardo. Op. Cit. P. 32

- Una formula proporcional en distritos plurinominales favorece un sistema multipartidista.
- Una formula de mayoría absoluta con doble vuelta promueve también la competencia entre varios partidos.³⁴

De esta manera, según Duverger la decisión política de poner en marcha un tipo de sistema electoral dependerá del objetivo trazado; si el objetivo es fomentar al máximo la representación de los distintos grupos sociales, según Duverger es conveniente implementar una formula proporcional; por otro lado, y bajo este mismo razonamiento, si se pretende priorizar la eficacia y la elaboración de mayorías de gobierno, es conveniente la formula de mayoría simple.

Los supuestos de Duverger sin duda alguna hacen referencia a los efectos mecánicos y psicológicos de los sistemas electorales. En cuanto a los efectos mecánicos, estos tienen que ver en las consecuencias que un sistema electoral determinado tendría sobre la representación política en los comicios parlamentarios.

Por otra parte, en los efectos psicológicos Duverger hacía referencia al comportamiento de la ciudadanía ante las alternativas en disputa, considerando con ello tipos de ideología, plataforma política, etc.etc.

Duverger admitió que los efectos de los sistemas electorales sobre los sistemas de partidos pueden depender en función de otro elemento: el tipo de régimen de gobierno implementado. Es indiscutible admitir que tanto los efectos mecánicos y psicológicos a los que hace referencia varían entre un sistema parlamentario o uno presidencial.

Así pues, podemos deducir que en cualquier sistema electoral, un efecto mecánico aplicado en un gran periodo de tiempo favorece la formación de sistemas bipartidistas dado que

³⁴ Malamud Andrés. Partidos políticos. En Introducción a la Ciencia Política, Julio Pinto (compilador), Eudeba, Buenos Aires, 2003

generalmente, solamente los dos partidos con más sufragios tienen verdaderamente posibilidades de gobernar.

Los resultados de estos elementos son evidentes, acaban por hacer a un lado a los partidos más pequeños, quienes en poco tiempo no cuentan con representación y votos de los diversos sectores de la sociedad, esto, como una consecuencia del efecto psicológico de los sistemas electorales.

Por último, podemos decir que son los partidos políticos, representados a través de los legisladores federales o locales, quienes determinan si un sistema electoral se conserva o se transforma.

Sin embargo, antes de hacer una modificación, los legisladores contemplan los efectos psicológicos y mecánicos que traerá consigo el nuevo sistema electoral resultante, teniendo en cuenta además que el mismo traiga consigo beneficios a sus respectivos partidos.

Para Valdés Zurita, esto es solo una ilusión del legislador, *ya que el efecto de un sistema electoral sobre la conformación de los órganos de representación política y la constitución de un sistema de partidos depende, en última instancia de los ciudadanos.*³⁵

En efecto, deberían ser los electores los que decidan los o el partido político que debe de tener mayoría en el Congreso, en base a los resultados del sistema electoral, además de tener en cuenta otros aspectos, tales como la ideología de los partidos, el desempeño del gobierno y las propuestas de los partidos políticos.

Con esto, los políticos podrán conducir un determinado sistema de acuerdo a sus intereses para producir ciertos efectos políticos que los benefician. Pero será el electorado quien tenga la última palabra.

³⁵ Valdés Leonardo. Op. Cit. P. 43

CAPITULO 2- MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL.

2.1. DEMOCRACÍA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

La política y la democracia son inconcebibles sin la comunicación humana. Para Enrique Sánchez Ruiz³⁶ son dos las características de la comunicación que enriquecen a la política: por un lado, dentro de los gobiernos se utilizan diversos sistemas de toma de decisiones, los cuales se alimentan de flujos de información desde la sociedad, y que una vez analizados se transforman en actos ejecutivos.

Por otra parte, en los Estados democráticos actuales, la sociedad en su conjunto exige tener más información sobre las políticas gubernamentales y sus impactos. Pero no solo la sociedad exige información, sino que también exige que su voz sea atendida.

Para Sánchez Ruiz, la “legitimidad” y la eficiencia sobre las políticas gubernamentales dependen en gran medida de las estrategias comunicativas y la suficiencia de la información recabada.

Sin embargo el problema *en todo caso radica en que tales estrategias resulten solamente artificios persuasivos y mercadotécnicos, y no consistan en procesos de retroalimentación y control –en el sentido cibernético– para el “mejor funcionamiento” del sistema social.*³⁷

Cabe aclarar que los medios de comunicación masiva, concentrados y controlados por unas cuantas manos, no funcionan del todo para completar un verdadero circuito de comunicación, pasando por alto la retroalimentación entre sociedad y gobierno. Bajo esta lógica, los medios masivos vendrían siendo menos de “comunicación”, para ser simples

³⁶ Sánchez Ruiz Enrique. Comunicación y Democracia. IFE. México 2007

³⁷ Ibídem. Pág. 19

medios de difusión de sus contenidos y mensajes, que solo fomentan la imposición y autoritarismo que la participación y democracia.³⁸

El control sobre la información trascendente para la vida pública nacional es un elemento del poder de vital importancia, aun más en nuestros días, en la que diversos académicos e intelectuales catalogan a la sociedad como “del conocimiento” o “de la información”.³⁹

Es evidente que cuando los medios de comunicación masiva son acaparados por unos cuantos, ya sean del gobierno o de cualquier otra elite, son mas propensos a la manipulación y censura de la información, que va en contrasentido sobre la democratización de la sociedad, especialmente en lo político.

Independientemente de la manipulación sobre la información, especialmente de los noticieros, *los medios pueden ejercer influencias de orden cultural e ideológico, delimitando los marcos interpretativos o universos del discurso socialmente aceptable, legitimando ciertos intereses, estado de cosas, etcétera.*⁴⁰

Otro factor a considerar es el del tamaño de la audiencia a los que los medios de comunicación logran informar. Considerando que dentro de una democracia la igualdad de oportunidades es un derecho primordial, tenemos que los medios *por su organización vertical –donde unos pocos comunican para muchos– implican dificultades estructurales para que todos los ciudadanos ejerzan de la misma manera ese derecho.*⁴¹

Diversos teóricos e intelectuales han analizado el poder que ejercen los diferentes medios de comunicación sobre la sociedad, especialmente en el campo político. Generalmente se puede observar en los actores políticos como atribuyen a los medios, especialmente a la

³⁸ Pablo Arredondo R. y E. Sánchez Ruiz, *Comunicación social, poder y democracia en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1986.

³⁹ Organization for Economic Cooperation and Development, *A New Economy? The Changing Role of Innovation and Information Technology in Growth*, OECD, Paris, 2000.

⁴⁰ Enrique E. Sánchez Ruiz, “Cultura política y medios de difusión: Educación informal y socialización” México 2002

⁴¹ *Ibidem*.

televisión, mayor influencia de la que comúnmente tienen sobre la sociedad, evidenciando que tales medios tienen una posición estratégica dentro del sistema, en tanto que son agentes de apoyos y exigencias para el gobierno.

Trejo Delarbe, a este respecto, y con propósito de las campañas electorales comenta lo siguiente:

La influencia de los medios como nuevas ágoras privilegiadas para el proselitismo es reconocida por los hombres del poder político y sus partidos, en todo el mundo. Ya es tiempo de ubicar en sus auténticas dimensiones a la posibilidad de persuasión que tienen los grandes medios y especialmente la televisión, sobre todo en épocas de campañas políticas. Los medios tienen una capacidad de propagación que ningún candidato político puede despreciar, pero también hay que reconocer que los mensajes drásticos, concisos, que se pueden transmitir por el lenguaje televisivo, son inevitablemente esquemáticos.⁴²

La mejora o el entorpecimiento de los medios de comunicación en los procesos democráticos juegan un papel fundamental en el presente inmediato en diversas coyunturas, como en las electorales, así como también en procesos menos coyunturales de largo plazo, como por ejemplo la socialización política de los ciudadanos, donde la creación de una cultura política evidenciara o no, elementos favorecedores para la participación democrática.

2.2. COMUNICACIÓN POLÍTICA.

Uno de los aspectos fundamentales de la democracia son los procesos electorales, teniendo participación los medios a través de las campañas electorales mediáticas. Hoy en día las campañas electorales han evolucionado y han dejado atrás los grandes mítines y largos

⁴² Trejo Delarbe, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones*. Prensa, televisión y elecciones, Ediciones Cal y Arena, México, 2001. Pág. 59

discursos, para dar paso al marketing político en los medios de comunicación y a las empresas dedicadas a la imagen.

Es inobjetable que en la actualidad las campañas mediáticas son muy exitosas, dado que son respaldadas por medios poderosos de la información. Sin embargo, con la entrada al juego del marketing político, la comunicación política tuvo grandes transformaciones en detrimento de la democracia, particularmente es aspectos fundamentales como los debates públicos, selección de candidatos, manejo de recursos públicos, etc., etc., en contrasentido *la contribución de los medios de comunicación es en el sentido más bien de reducir las campañas a imágenes y slogans, pero no al intercambio racional de argumentos.*⁴³

La puesta en marcha de la comunicación política al estilo anglosajón en nuestro país tuvo sus orígenes en la llamada transición democrática, cuando en países del primer mundo tenían ya una larga experiencia en el campo, México a través de la transición democrática logro conocer este fenómeno a finales de los ochentas.

Dicho fenómeno ha tenido diversas evoluciones desde su aparición en la política norteamericana y en otros países de distintos continentes. Al respecto Rospir⁴⁴ ha observado y analizado cinco fases que a su consideración ha atravesado la comunicación política.

La primera fase es la de *la estandarización del proceso de fabricación de la noticia*. En ella observa que toda una serie de elementos determinan irremediabilmente las noticias en los medios de comunicación impresos y digitales.

La segunda fase es la de *los debates*. Los debates son uno de los elementos más significativos dentro de las campañas electorales. Los candidatos no buscan la discusión,

⁴³ Op. Cit. Sánchez Ruiz Enrique. Pág. 55

⁴⁴ Rospir, J. "La globalización de las campañas electorales", en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J., *Democracia mediática y campañas electorales*, Madrid, Ariel Comunicación, 1999 pp. 55-88.

sino la victoria a toda costa de estos, en ellos los medios, y en especial la televisión, también juegan un papel primordial, dado que es el escaparate de los candidatos hacia la audiencia y a la vez decretan a ganadores o perdedores dentro de la contienda.

La tercera fase es la de *la personalización de la política*. Enfocarse en una personalidad de la política y no en la institución es una tendencia que ha ido en aumento. La capacidad de un candidato o una personalidad de la política no dependen de su plataforma política, sino del manejo que muestre frente a los medios de comunicación.

La cuarta fase es el *spot*, un elemento originado por la cultura política norteamericana muy popular cuya implementación en la mayoría de las democracias actuales adoptaron como modelo de campaña electoral.

Por último, y relacionado con el elemento anterior, *el marketing política* ha revolucionado la política por centrar en ella todo un conglomerado de profesionales ajenos a esta que están encargados de diseñar campañas electorales con una orientación más bien comercial.

2.3. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO.

La implementación de la comunicación política en México es relativamente un fenómeno reciente. Según Aimé Vega ⁴⁵ su origen se remonta a los comicios federales de 1988, en donde el PRI por primera vez en su historia no logro mantener su mayoría absoluta en el Congreso, además de obtener la presidencia de la república bajo sospechas de fraude.

No fue hasta ese momento que el PRI tuvo la necesidad primordial de desarrollar e implementar una comunicación política porque no había hasta entonces una oposición real. Hasta los comicios de 1988 *los procesos electorales no fueron sino meros ritos protocolarios para el acceso al poder político, donde los mecanismos y políticas*

⁴⁵ www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/avega.html

*autoritarias predominaron sobre los principios de pluralidad, libertad, democracia y respeto al estado de derecho.*⁴⁶

Si bien es cierto que la fuerza política que obtuvo la oposición, en especial la izquierda, se obtuvo más bien por el descontento social que por la implementación de una comunicación política como tal, aunque es indudable que este proceso impulsó a los partidos a implementar técnicas de comunicación dentro de sus campañas electorales.

En ese momento se comenzó a conformar el mercado electoral de los partidos, y a su vez los medios de comunicación empezaron a abrir de manera gradual sus espacios a la oposición. Es importante mencionar que es también en 1988 cuando se empezaron a implementar los sondeos de opinión, tratando de conocer la intención del voto de los ciudadanos.

Después de las elecciones federales de 1988, entre 1989 a 1994, se llevaron a cabo elecciones estatales y municipales en gran parte de la república, en donde se implementaron nuevas técnicas de comunicación política. Como bien observa Aimé Vega:

Estos escenarios representaron nuevas oportunidades para el desarrollo de la comunicación política en México: iniciaron los primeros debates entre candidatos; publicistas y mercadólogos extranjeros irrumpieron en el escenario electoral; fueron abiertas las primeras consultorías de comunicación y de investigación de mercado especializadas en procesos electorales; y los políticos empezaron a hacer uso de la propaganda en radio, televisión y prensa para conseguir el voto.⁴⁷

Para las elecciones presidenciales de 1994, los comicios revelaron una relación más estrecha entre los políticos y los medios de comunicación. En este contexto se llevó a cabo por vez primera en la historia de México un debate entre los candidatos a la presidencia de

⁴⁶ Valdez, Arturo, "La evolución de la mercadotecnia política en México", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 63, México, 2001 pp 13

⁴⁷ Op. Cit. Razón y palabra

la república, el cual fue transmitido en cadena nacional a través de la radio y televisión. Los lineamientos del debate se dieron al estilo europeo, con un moderador que daba la palabra y tiempo estipulado a cada aspirante. En lo que respecta a la propaganda, el IFE asignó de acuerdo a su representatividad spots en radio y televisión, además hubo encuestas que empezaron a ser elaboradas por los propios medios, todos estos fueron los elementos aprovechados por los aspirantes.

Ya para 1997, los capitalinos eligieron por vez primera al Jefe de gobierno del DF y al Congreso local, y con ello se desarrolló aun más la comunicación política en México. Las campañas sentaron las bases para un nuevo tipo de comunicación, los partidos políticos implementaron toda una estructura para la difusión de su imagen, como los spots. Por ejemplo, el candidato del PRD a la candidatura del DF, Cuauhtémoc Cárdenas, en sus candidaturas presidenciales a la república había deseñado implementar una campaña mediática, sin embargo para su candidatura al DF utilizó gran parte de sus recursos hacia los medios de comunicación.

Los partidos políticos destinaron cuantiosos recursos para elaborar encuestas, pero no solo para medir la intencionalidad del voto ciudadano, sino también como un elemento de propaganda, utilizando además las nuevas tecnologías como el internet y tele marketing, siendo la antesala para las elecciones federales del 2000.

Para la elección presidencial del 2000 las campañas de los candidatos duraron aproximadamente 5 meses oficialmente, pues el lapso que fijó el IFE fue del 19 de enero al 28 de junio del 2000. Durante la elección, Vicente Fox, Francisco Labastida y de nueva cuenta, Cuauhtémoc Cárdenas, invirtieron la mayor parte de sus recursos en propaganda para televisión y radio. De los aproximadamente 140 millones de dólares repartidos entre los tres candidatos para sus campañas, el 70% de estos recursos, alrededor de 100 millones de dólares fueron destinados a spots.⁴⁸

⁴⁸ Origel, M., "Los spots, factor esencial del marketing político", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 180, septiembre-diciembre, México, 2000 Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 155-164.

Ahora bien, surge aquí el interés de saber cuáles fueron los elementos de la comunicación política que implementaron los candidatos, por lo que los abordaremos individualmente:

Vicente Fox planteo una campaña bastante acertada según los especialistas. Por una parte su equipo trato de apartarlo de la imagen tradicional e ideológica del PAN para utilizar un lenguaje más natural, segmentando así a los ciudadanos por grupos (en este caso fue evidente que se refería de manera especial hacia las mujeres), teniendo como slogan “El cambio que a ti te conviene”, dirigiendo su ataque político solo contra el candidato del PRI, Labastida, para centrar la atención del electorado solo en ellos dos, cosa que le redituó favorablemente, logrando ser identificado por el 80% de los ciudadanos en el año 2000.

Francisco Labastida por su parte fue el candidato que más espacios publicitarios adquirió. Su slogan fue “Un nuevo PRI”, tratando de desligarse de los gobiernos priistas anteriores, y principalmente de Salinas de Gortari. Además, como bien observa Aimé Vega, *por absurdo que suene, en tanto que esto significaba descalificar el trabajo de su propio partido, otra de las frases centrales de su discurso fue “millones de mexicanos han sido invisibles para muchos políticos, eso no se vale”*.⁴⁹

Labastida, por otra parte, también ataco políticamente a Cárdenas y Fox, a este ultimo de manera principal, aunque lo ataco de manera indirecta a través de los senadores del PRI. Además, en comparación con Fox, Labastida no emitió un número considerable de spots pronunciando discursos; la mayoría de sus spots solo lo mostraban en contacto con simpatizantes en algún mitin. Para algunos especialistas en imagen, su apariencia impecable y elegante *difícilmente ayudó a desvincular a Labastida de la imagen institucionalizada de los políticos del PRI*.⁵⁰

En el caso de Cuauhtémoc Cárdenas, fue quien menos destino recursos en spots. Su equipo de campaña trato de mostrar una imagen sobria de su figura, con lo cual los electores de

⁴⁹ Op. Cit. Razón y Palabra

⁵⁰ Vega, A. “El manejo de las emociones en las campañas presidenciales de 2000 en México y España”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 180, septiembre-diciembre, México 2000, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 139-154.

mayor edad mostraron una mayor simpatía por él, en comparación con los jóvenes. A diferencia de la campaña electoral de Vicente Fox, Cuauhtémoc no seccionó al electorado, sino que más bien se dirigía hacia ellos de manera general. Fue criticado severamente por no mostrar algo diferente a sus campañas anteriores, además de no aprovechar los logros obtenidos como Jefe de Gobierno del Distrito Federal para posicionarse como un candidato fuerte entre los electores.

2.4. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL PROCESO ELECTORAL DEL 2006.

Para el proceso electoral del 2006 la carrera por la presidencia de la república de adelanto, debido en gran parte por las acciones de los medios de comunicación. Desde a mitad de año del 2003, una gran cantidad de medios de comunicación comenzaron a levantar encuestas de preferencia electoral, en las cuales postulaban a una gran variedad de actores políticos, aun antes de que los propios partidos políticos establecieran reglas para elegir a sus candidatos.

Diversos analistas dividen la campaña presidencial del 2006 en tres etapas:

***Primera etapa:** Desde el arranque oficial de las campañas el 19 de enero de 2006 hasta los primeros días del mes marzo, se observaba una clara ventaja del candidato de la Coalición por el bien de todos (PRD, PT, CONVERGENCIA) Andrés Manuel López Obrador, llegando a tener poco más de diez puntos de diferencia frente a sus mas cercanos competidores. El candidato del PAN Felipe Calderón a su vez *centró su campaña publicitaria en los valores morales, pero no tuvo éxito, y su candidatura retrocedió en las preferencias.*⁵¹

51 Espino-Sánchez, Germán. La transformación de la comunicación política en las campañas presidenciales de México. Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, vol. 18, núm. 56, mayo-agosto, 2011, pp.59-86 del Estado de México

Por su parte, la campaña del candidato de la Alianza por México (PRI, PARTIDO VERDE) Roberto Madrazo, quedo seriamente cuestionada por los problemas internos de su partido, sobresaliendo el escándalo protagonizado por el gobernador de Puebla Mario Marín, dado a conocer por la periodista Lydia Cacho el 14 de febrero del mismo año.

***Segunda etapa:** A principios de marzo comenzó a ser más visible la intervención de Fox dentro de las campañas, exhortando a la ciudadanía a refrendar el voto de confianza al partido en el poder. Cabe destacar además que Fox y su gabinete intervinieron para descalificar a Andrés Manuel López Obrador.⁵² En marzo se publicó un reporte de los gastos de la propaganda presidencial panista. Dicha campaña transmitía cerca de 5900 spots diariamente solamente por radio, y cerca de 2500 spots por televisión.

No obstante, el principal elemento intervencionista de Fox fue el de encabezar la campaña negativa contra AMLO, quien inconscientemente cayó en la provocación. *El PAN explotó de manera extraordinaria estos errores con una astuta campaña negativa: comparó el exabrupto de López Obrador con la personalidad del presidente venezolano Hugo Chávez; logró que esta comparación se convirtiera en el tema más importante de la agenda de marzo y abril.*⁵³

Por otra parte, el equipo de campaña de Calderón definió su estrategia como una “campaña de contraste”, ya que por un lado descalificaba a AMLO a través de su spot más famoso “López Obrador es un peligro para México”, mientras que por el otro flanco destacaban las supuestas virtudes de Calderón con sus spots de “Las manos limpias” y “El presidente del empleo”.

El repunte de Calderón dieron una muestra inequívoca del gran impacto que puede crear entre el electorado una “artera” estrategia en los medios de comunicación. Por otra parte la

52 Espino, Germán (2007), “El nuevo escenario de la comunicación política de las campañas presidenciales en México”, Tesis para obtener el grado de doctor por la Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Pág. 348 <http://www.tdx.cat/TDX-0229108-162816>

53 Rocha Menocal, Carolina. “El sexto candidato”, en La Revista, suplemento del periódico El Universal, 5 de junio, México 2006

dramática caída de popularidad de AMLO también es una muestra palpable de los efectos negativos que una estrategia de medios puede generar.

***Tercera etapa:** Dicha etapa que comprende del 6 de junio hasta el día de la votación fue cuando AMLO saco a la luz pública el escándalo del “cuñado incomodo”, siendo quizá el golpe más duro contra la campaña de Calderón a tan solo unas cuantas semanas de la votación.

No obstante, el equipo de campaña de Calderón supo minimizar el caso mediáticamente para evitar una caída en las intenciones de voto hacia el candidato panista. Sin embargo, *a partir del 15 de junio los medios desplazaron su atención a otros temas como el Campeonato Mundial de Futbol y un movimiento magisterial que tomó la ciudad de Oaxaca.*⁵⁴

A unos cuantos días de la elección, ninguno de los candidatos logro imponer una agenda política: los principales contendientes, en especial Calderón, intensificaron su publicidad negativa. Cabe resaltar que un par de semanas antes de la elección, una cantidad considerables de empresarios mexicanos, y sobre todo, el Consejo Coordinador Empresarial lanzaron una magna campaña negativa en contra de López Obrador.

Finalmente el triunfo de Calderón fue muy controvertido por la campaña negativa empleada durante el proceso y por lo cerrado de la votación, con una diferencia de 0.56% de votos frente a Andrés Manuel López Obrador, donde solo el 58.22% del electorado salió a participar, teniendo así el nivel más bajo de participación en comparación con las últimas dos elecciones presidenciales, producto quizá de las campañas altamente negativas.

54 Op. Cit. Espino, Germán (2007) Pág. 446

2.5. PARCIALIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

En un estudio comprendido del 19 de enero al 28 de junio del 2006, tiempo en que comprende oficialmente el periodo de campañas electorales, la académica por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, en colaboración con el Centro de Investigación en Comunicación e Información del Tecnológico de Monterrey, Citlalli Sánchez, analizo la agenda presentada por los medios donde observo y clasifíco la cantidad de información electoral presentada en los noticieros de las dos más grandes compañías televisivas de nuestro país, Televisa y Tv Azteca.

Por un lado Citlalli Sánchez observo que:

...de un total de 1348 noticias, el 16% referían la aparición de uno o más candidatos políticos. Del total de notas (n=1348), se encontró que Felipe Calderón obtuvo una cobertura mayor equivalente al 4% con muy poca diferencia en comparación con Roberto Madrazo y López Obrador, pues el candidato del PAN aventaja a los otros dos por medio punto porcentual. Por otro lado, de las notas que abordan de forma específica a las campañas electorales se observó que el 26.5% hicieron referencia a Felipe Calderón, mientras que Roberto Madrazo y López Obrador aparecieron en el 24.5%. Las desventajas significativas se observaron en cuanto a la cobertura de Patricia Mercado y Roberto Campa que reportaron un 11 y 13.5% respectivamente. El foco de atención de los medios de comunicación fueron los candidatos de los tres principales partidos políticos, y a pesar de que la diferencia en la cobertura de estos no es muy grande, si es notable que Mercado y Campa no tuvieron una cobertura similar lo cual indica una falta de equilibrio informativo.⁵⁵

Sin embargo, en lo que respecta a la exposición de los candidatos dentro del primer segmento de los noticieros, se puede observar que quien gozo de mayor tiempo dentro de este espacio fue el candidato panista Felipe Calderón, teniendo una ventaja considerable

sobre los otros dos candidatos más importantes, pues la diferencia entre Calderón y López Obrador es de 8%.

Otro dato importante a considerar, es que en la tercera etapa de la elección, que como mencionamos anteriormente, se intensificó la campaña negativa, el porcentaje de comentarios negativos y positivos para los tres principales candidatos se redujo a 1.6 por ciento. Esta vez López Obrador recibió el mayor número de menciones totales, 2531, seguido por Calderón, 2524, y Madrazo, 2337.

En esta etapa, como en las anteriores, AMLO tuvo el mayor porcentaje de comentarios negativos, 1.9 por ciento, mientras que Roberto Madrazo tuvo 0.9 por ciento y Calderón, 0.7 por ciento. En números totales, AMLO recibió 2.5 veces más comentarios negativos que Calderón con sólo siete comentarios totales más. En cuanto a menciones positivas, Madrazo fue quien tuvo el porcentaje más alto, 0.5 por ciento y Calderón el más bajo, 0.3 por ciento.

Así, en esta última etapa, si bien López Obrador mantuvo el primer lugar en número y porcentaje de comentarios negativos y Calderón el tercer lugar en este tipo de comentarios, el mayor porcentaje de menciones positivas lo mantuvo Roberto Madrazo. Por lo tanto, si bien en cuanto al porcentaje de menciones negativas López Obrador recibió el mayor número en las tres etapas y Calderón el menor, en cuanto a comentarios positivos, Roberto Madrazo tuvo el mayor porcentaje en dos de las tres etapas y el PAN el menor también en dos de las tres etapas.⁵⁶

De manera más significativa, en el área metropolitana, la zona geográfica más densamente poblada del país, es donde hay mayor número de menciones totales para las tres fuerzas políticas principales, con 9411. En relación con esta cifra, el total de comentarios negativos para las tres fuerzas supone apenas 2.6 por ciento y el total de comentarios positivos 0.4 por ciento. Sin embargo, así como en la cobertura por radio en esta entidad, también hay diferencias entre los receptores de estos comentarios, pues mientras AMLO recibió 45 por

⁵⁶ Fuente: IBOPE

ciento del total de menciones negativas, Roberto Madrazo obtuvo el 32 por ciento y Calderón 22 por ciento.

De igual manera se debe decir que López Obrador también tuvo el porcentaje más alto de comentarios positivos, pues del total de menciones de este tipo, recibió 58 por ciento, en tanto que Felipe Calderón recibió 41 por ciento y Roberto Madrazo 16 por ciento. De nuevo, como en el caso de la cobertura radiofónica, se recomienda ser cauto con los datos sobre comentarios negativos y positivos, pues representan porcentajes muy pequeños del total de menciones y, asimismo, la forma de cobertura no fue igual ni en todas las cadenas televisivas, ni en los canales y programas noticiosos dentro de un mismo canal.

Es indudable que las campañas negativas y la parcialidad de los medios de comunicación ensombrecieron la elección, provocando la inconformidad del candidato de la Coalición por el bien de todos, López Obrador, quien interpuso diversas quejas ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. El TEPJF identificó y condenó diversas irregularidades, sin embargo la calificación de la elección quedó de la siguiente manera:

Al haber quedado demostrado que el Consejo Coordinador Empresarial contrató tales promocionales [...] se actualiza una violación [...] Dicha violación a lo dispuesto en el código electoral federal constituye una irregularidad que viola los principios constitucionales de igualdad en la contienda y de legalidad electoral establecidos en el artículo 41, párrafo segundo, fracciones II y III, de la Constitución federal.

Esta Sala Superior no pasa por alto que las declaraciones analizadas del Presidente de la República Vicente Fox Quesada, se constituyeron en un riesgo para la validez de los comicios que se califican en esta determinación.⁵⁷

⁵⁷ “Dictamen relativo al cómputo final de la elección de presidente de los Estados Unidos Mexicanos, declaración de validez de la elección y de presidente electo”, México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Disponible en: www.ife.org

2.6. ACCESO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Una demanda legítima y recurrente de los partidos de oposición, desde siempre, pero especialmente desde la década de los sesenta ha sido obtener una mayor presencia en los medios de comunicación, objetando que el tratamiento informativo que los medios otorgaban a las campañas del partido en el poder se caracterizaba por la inequidad.

Con el objetivo de que todos los partidos políticos tuvieran la posibilidad de dar a conocer a la sociedad sus programas y plataformas electorales, en 1973 se les dio pleno derecho de acceder de manera gratuita a los medios de comunicación electrónica durante los periodos electorales, disponiendo para ello de los tiempos oficiales que corresponden al Estado en dichos medios, que cabe resaltar son concesionados.

Pero es a partir del año 1987, que el derecho de acceso a la radio y la televisión se vuelve permanente, disponiendo los partidos de 15 minutos mensuales de transmisiones para cada uno. Posteriormente en el año de 1990, la ley les concedió tiempos adicionales de transmisión durante los periodos electorales, tomando en cuenta su fuerza electoral.

A través de la reforma de 1996, tanto los tiempos gratuitos permanentes como los adicionales durante el periodo electoral se reparten bajo una fórmula encaminada a favorecer una mayor equidad entre los partidos políticos de la siguiente manera: 30% de los tiempos se distribuye de forma igualitaria entre todos los partidos políticos y 70% en forma proporcional a la votación obtenida en la más reciente elección de diputados federales.

En lo que respecta a los espacios permanentes, los partidos políticos manejan sus espacios a través de dos tipos de programas: los de carácter individual y para los que disponen de 15 minutos mensuales que, por acuerdo de la Comisión de Radiodifusión, se distribuyen en tres emisiones de cinco minutos; y los de debate o especiales, que son emisiones mensuales de 30 minutos de duración, en las cuales los representantes de todos los partidos políticos tienen oportunidad de expresar, en igualdad de condiciones, sus tesis y opiniones sobre temas de interés o actualidad nacional. Estos programas logran una cobertura nacional a

través de su emisión en una amplia red que comprende a 361 estaciones de radio y 50 canales de televisión en todo el país.⁵⁸

Además, la reforma de 1996 acrecentó y definió de forma precisa los tiempos gratuitos adicionales de transmisión para los partidos políticos en campañas, por lo que los tiempos adicionales abarcan no sólo la asignación de hasta 250 horas de transmisión en radio y 200 en televisión durante los procesos electorales federales que involucran la elección presidencial (cantidades que se reducen a la mitad en elecciones legislativas intermedias, como las del mes de julio de 2003), sino además de hasta 10,000 promocionales en radio y 400 en televisión, con una duración de 20 segundos cada uno, que deben ser adquiridos y distribuidos mensualmente por el IFE conforme a la fórmula de equidad prevista por la ley.

En lo que respecta a la contratación de tiempo en televisión y radio por parte de los partidos, desde 1993, la ley estipula como derecho exclusivo de los partidos políticos la contratación de tiempos comerciales en la radio y la televisión durante las campañas. Para vigilar que haya equidad, la ley fija un mecanismo que autoriza al IFE actuar como un agente mediador en el proceso de contratación de tiempos. Los concesionarios de los medios de comunicación están obligados a presentar un catálogo de horarios y tarifas disponibles para contratación y uso de los partidos políticos durante dos periodos: el primero, del 1 de febrero al 31 de marzo del año de la elección (únicamente para efectos de campañas presidenciales) y el segundo, del 1 de abril hasta tres días antes de la jornada electoral (para todas las campañas federales). Cabe destacar que las tarifas no pueden ser mayores que a las de la publicidad comercial.

Por otra parte, el IFE debe poner estos catálogos a disposición de los partidos políticos, y estos deben comunicarle por escrito las estaciones, canales y horarios en los que tengan interés de contratar tiempos.

A su vez a partir de las elecciones federales del año 2003, el catálogo puede ser consultado por vez primera a través de la página web del IFE, e incluye datos de 1,190 estaciones de

⁵⁸ www.ife.org.mx

radio y 296 canales de televisión abierta, como también del conjunto de canales que se comercializan a través de sistemas de televisión de paga.

Los tiempos contratados sólo pueden ser utilizados durante los periodos establecidos legalmente para la realización de actividades de campaña, que para efectos de la elección de diputados se inician durante la segunda quincena de abril del año electoral. En caso de que dos o más partidos manifiesten interés por contratar tiempo en un mismo canal o estación y durante los mismos horarios, la ley fija un procedimiento para que el IFE realice un reparto igualitario.

Cuando haya finalizado el procedimiento de reparto y asignación de tiempos, el IFE debe dar a conocer a cada partido los canales y estaciones correspondientes para que proceda directamente a su contratación, informando simultáneamente a los concesionarios o permisionarios cuáles son los tiempos y horarios que cada partido político está autorizado a contratar.

Además por disposición oficial y como resultado de una innovación incorporada en 1993, el titular del área especializada del IFE en esta materia (Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos) debe sostener una reunión con la Comisión de Radiodifusión del propio Instituto y la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, para sugerir lineamientos generales aplicables en los noticieros de radio y televisión respecto de la información o difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos o coaliciones.

Los lineamientos son acordados dentro de la Comisión de Radiodifusión del IFE y expresan la forma como los partidos políticos perciben, experimentan y valoran el comportamiento de los medios electrónicos y sus noticieros durante los procesos electorales, es decir, se trata de un documento con sugerencias que condensan y expresan los puntos de vista de los contendientes electorales a fin de que los medios contribuyan a construir y afianzar un marco de competencia transparente y equitativo.

Los lineamientos generales aplicables al proceso electoral federal 2003 fueron presentados por el IFE a la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión en diciembre de 2002. De manera análoga a los lineamientos presentados en ocasiones precedentes, los relativos a las elecciones de 2003 sugieren a los medios que precisen al auditorio los casos en que la información transmitida constituya una inserción pagada por los partidos o coaliciones, que se satisfaga el derecho de réplica de partidos y candidatos, que exista equidad en la cobertura informativa de las campañas de acuerdo con la actividad de cada candidato, y que se respete su vida privada.

Asimismo, la ley faculta a la Comisión de Radiodifusión del IFE para realizar monitoreos muestrales de los tiempos de transmisión sobre las campañas de los partidos políticos en los espacios noticiosos de los medios de comunicación, que son reportados periódicamente al Consejo General del IFE a lo largo del proceso electoral y permiten tanto a las autoridades electorales como a la opinión pública en su conjunto un juicio fundado sobre el tratamiento informativo de los medios de las distintas campañas electorales.

En ningún caso se permite la contratación de propaganda en radio y televisión a favor o en contra de algún partido político o candidato por parte de tercero. Incluso, los candidatos sólo pueden hacer uso de los tiempos que les asigne el partido político o, en su caso, coalición por la que están postulados.

El Secretario Ejecutivo del IFE está facultado para solicitar a los medios impresos, por conducto del Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos, los catálogos relativos a sus tarifas y para ponerlos a disposición de los partidos políticos en las mismas fechas previstas para la entrega de los catálogos de radio y televisión (el primer catálogo durante la primera semana de noviembre del año anterior al de la elección, y el segundo durante enero del año de la elección).

CAPITULO 3- REFORMA ELECTORAL DEL 2007.

3.1. REFORMA ELECTORAL 2007: REGULACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

La reforma en materia electoral del año 2007 surgió como una necesidad de regular la comunicación política del “spot”, y brindar a los partidos una equidad de competencia vulnerada en las elecciones presidenciales del año 2006 por tres principales razones:

1. Dada la necesidad de ganar más votos a través del uso de los espacios de los medios de comunicación electrónica, particularmente espacios televisivos, los partidos políticos más representativos buscaban el financiamiento privado para acaparar la mayor parte de dichos espacios.
2. Las televisoras distribuían y vendían espacios a los partidos políticos de manera inequitativa, ya que a través de supuestas promociones, paquetes y bonificaciones, ofrecían diferentes precios a los partidos políticos, por lo que dichos precios pudieron haber sido fijados por las preferencias políticas de las televisoras.
3. La toma de decisión de los electores se vio vulnerada por la información disponible. *Los partidos políticos adaptaban sus mensajes a las características de la publicidad comercial reduciendo la difusión de su plataforma e ideología a la emisión de breves mensajes que no eran más que frases sueltas y frecuentemente sólo imágenes, que no transmitían información relevante para la toma de decisiones.*⁵⁹

Es por ello que la reforma electoral del 2007 se centro en lograr una mayor transparencia de los recursos públicos y privados empleados en los procesos electorales. Para lograr dicho

⁵⁹ Villafranco Robles Citlalli. Características de la reforma electoral de 2007 en materia de financiamiento y medios de comunicación. FEPADE Difunde, Número 15, enero-junio de 2008, publicación semestral, editada por la Procuraduría General de la República

objetivo se hizo indispensable redefinir al Instituto Federal Electoral como la única institución facultada para regular todo el proceso electoral.

Algunos de los avances más significativos de la reforma tienen que ver con la modificación del financiamiento público para las campañas de los partidos políticos, el cual tiene tres particularidades: *la regulación de los procesos internos y los gastos de precampaña, las obligaciones para los partidos que pierdan el registro, la prohibición para que los partidos políticos compren tiempo en radio y televisión*⁶⁰.

Otro aspecto importante es la prohibición de propaganda gubernamental durante todo el proceso electoral, que beneficiaba en gran medida la imagen del partido en el poder en detrimento de los partidos opositores, además de que se crea la Contraloría General que regula y fiscaliza los ingresos y gastos del Instituto Federal Electoral, así como también de un órgano técnico que fiscaliza los gastos de los partidos políticos, estableciendo así sanciones para todos los actores.

En lo concerniente a las campañas electorales en los medios de comunicación electrónica, resulta de vital importancia la modificación al artículo 41 constitucional es su apartado A, estableciendo lo siguiente:

Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión...ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.⁶¹

La facultad que se le otorgo al IFE para regular los tiempos en radio y televisión, fue ampliada a tal punto que por mandato constitucional se estableció que también regulara los tiempos de radio y televisión en cada una de las entidades federativas, esto con el objetivo

⁶⁰ Ibídem. Villafranco Robles Citlalli

⁶¹ Diario Oficial de la Federación, 13.11.2007

de garantizar que tanto en los canales de transmisión nacional y local no puedan transmitirse propaganda política que no concuerde con los tiempos asignados por el Instituto Federal Electoral.

La facultad sobre la administración de los tiempos en los medios de comunicación electrónica, además de la obligación de vigilar al órgano electoral, son fortalecidas con la reforma del artículo 41 apartado A de la constitución mexicana, que permite sancionar a los concesionarios de los medios de comunicación hasta con la orden de cancelación inmediata de las transmisiones en radio y televisión a quienes violen la normatividad.

Este es uno de los elementos más controvertidos y acertados de la reforma, establecer la suspensión de la difusión en los medios de comunicación social, no solamente los medios electrónicos, durante *las campañas electorales federales y locales y hasta el término del ejercicio electoral, además de la propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales como de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público*⁶².

Dicha prohibición ya estaba contemplada en algunas leyes locales, como por ejemplo en la del Distrito Federal, aunque solamente para el periodo final de las campañas (en el D. F. se aplicaba a los 45 días anteriores a la jornada electoral). Sin embargo se trata de un elemento positivo que favorecerá la mejora de las condiciones de la competencia.

Otro avance de gran relevancia dentro de la reforma se encuentra en el Artículo 134 de la constitución política mexicana, la cual modifica sustancialmente el modelo de propaganda gubernamental. El artículo establece que dicha propaganda, en todos los niveles de gobierno, deberá contar con un carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social, así como que *en ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público*⁶³.

⁶² Ibídem. Diario Oficial

⁶³ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Regular esta propaganda ayuda a eliminar uno de los aspectos de las pre-campañas, que utilizan gran parte de los presupuestos públicos: las costosas campañas de propaganda de gobernadores y presidentes municipales, que con el pretexto de difundir su obra pública en realidad promueven la figura de dichos funcionarios.

Por otra parte, el artículo 49 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece el derecho de los partidos políticos para gozar de manera permanente de los tiempos en radio y televisión administrados por el IFE, tratando de evitar la compra de tiempos por estos medios para la promoción de candidatos y partidos:

Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales.⁶⁴

Para que dichos derechos y obligaciones fueran efectivos, se estableció que el Instituto Federal Electoral sea el encargado de implementar los mecanismos para la asignación de los tiempos así como también de aplicar sanciones a quienes violen los lineamientos.

Antes de la reforma del año 2007, el Código dotaba al IFE de pocas herramientas para sancionar para quienes violaban las leyes electorales, es por eso que el artículo 52 del COFIPE reconoce la autoridad del Consejo General para suspender e interrumpir inmediatamente cualquier tipo de propaganda con fines electorales o políticos en radio y televisión.

Con dichas reformas constitucionales y del COFIPE, las tareas y atribuciones del IFE se incrementaron notablemente, por lo que a su vez sus funciones y su capacidad de órgano regulador se hicieron más complicadas, debido a que se requiere de la coordinación de un

⁶⁴ COFIPE: 2008, 17

gran número de entidades y dependencias públicas de todos los niveles, quienes también deben acatar los lineamientos del IFE.

Las nuevas disposiciones acerca del acceso de los partidos a los medios de comunicación, de alguna manera obligan a que los partidos cambien el rumbo de sus estrategias electorales. La prohibición de que los partidos compren espacios en dichos medios, los obligara a dar mayor relevancia en torno a sus estrategias de comunicación, aunque sin duda trataran de usar otros canales de comunicación no contemplados dentro de la ley. Es por ello que el artículo 91 determina que:

El Instituto informará al Servicio Postal Mexicano del presupuesto que corresponda anualmente por concepto de esta prerrogativa a cada partido político nacional y le cubrirá, trimestralmente, el costo de los servicios proporcionados a cada uno de ellos hasta el límite que corresponda.⁶⁵

Sin embargo, toda esta carga de funciones que se le han concedido al Instituto Federal Electoral, sin duda alguna le acarrea problemas para asegurar el cumplimiento de la normatividad, por lo que el IFE está al acecho de presiones de los partidos políticos y de los concesionarios de los medios de comunicación, además de las propias autoridades electorales locales.

Otro aspecto importante de la reforma es el financiamiento a los partidos políticos. El artículo 41, fracción II de la constitución política mexicana determina una nueva fórmula que difiere en demasía a la anterior, la cual *estaba basada en el costo mínimo de campaña, el número de senadores y diputados a elegir, el número de partidos con representación en las cámaras y la duración de las campañas.*⁶⁶

Para el Mtro. Pablo Javier Becerra, la anterior fórmula de financiamiento era muy sensible por la cantidad de partidos políticos, ya que cuando se incrementaba el número de estos,

⁶⁵ Ibidem. COFIPE

⁶⁶ Becerra Chávez Pablo Javier. La reforma electoral 2007. FEPADE Difunde, Número 15, enero-junio de 2008, publicación semestral, editada por la Procuraduría General de la República. Pág. 153

también aumentaba el financiamiento total. Con las nuevas disposiciones de la reforma del 2007, el financiamiento a los partidos políticos se obtiene en base a la multiplicación de dos variables: el 65% del salario mínimo diario del D. F. y el número de ciudadanos inscritos en el padrón electoral.

Sin embargo, ante la inconformidad de los partidos pequeños, el objetivo del proyecto original presentado el 30 de agosto del 2007, el cual estipulaba que la distribución de la cantidad obtenida mediante dicho procedimiento fuera asignada con un criterio totalmente proporcional, fue abandonada y se regresó al criterio hoy vigente de asignar el 70 por ciento de manera proporcional y el 30 por ciento en forma igualitaria.

Por tanto, lo que cambia aquí es la cantidad total de dinero a asignar pero no la forma de asignarlo entre los partidos. La nueva fórmula se complementa con la reducción del financiamiento para gastos electorales, por ejemplo, cuando se elija Presidente de la República ya no será equivalente al 100 por ciento del financiamiento para actividades ordinarias como anteriormente se hacía, sino solamente del 50 por ciento, y bajará al 30 por ciento cuando solamente se elijan diputados.

En las siguientes tablas se puede observar los montos asignados por el Instituto Federal Electoral durante el periodo 2001-2006 para las actividades ordinarias y electorales de los partidos políticos con la fórmula anterior, además de un comparativo de ese mismo lapso con la reforma del 2007:

TABLA 1

Año	Financiamiento Actividades ordinarias con la fórmula anterior	Financiamiento Actividades electorales con la fórmula anterior	Financiamiento Total con la fórmula anterior
2001	2,206,569,763		2,206,569,763
2002	2,361,250,294		2,361,250,294
2003	2,308,146,476	2,308,146,476	4,616,292,952
2004	1,785,830,186		1,785,830,186
2005	1,986,216,274		1,986,216,274
2006	2,068,375,613	2,068,375,613	4,136,751,226
Total	12,716,388,606	4,376,522,089	17,092,910,695

TABLA 2⁶⁷

Año	Financiamiento Actividades ordinarias con la nueva fórmula	Financiamiento Actividades electorales con la nueva fórmula	Financiamiento Total con la nueva fórmula
2001	1,562,902,537		1,562,902,537
2002	1,687,380,255		1,687,380,255
2003	1,803,818,531	541,145,559	2,344,964,090
2004	1,931,885,521		1,931,885,521
2005	2,102,956,350		2,102,956,350
2006	2,233,780,298	1,116,890,149	3,350,670,447
Total	11,322,723,492	1,658,035,708	12,980,759,200

Tomando en cuenta este lapso de tiempo, se puede observar que la disminución del financiamiento ordinario es de apenas un 10.96 por ciento, la del electoral es de 62.12 por ciento y la del financiamiento total es de 24.06 por ciento. Se puede afirmar que el nuevo modelo sí produce un ahorro de recursos, pero en sentido estricto la nueva fórmula mantiene el financiamiento para gasto ordinario en niveles aún bastante elevados.

Si se considera que una de las características esenciales de la reforma es la prohibición a los partidos políticos para contratar tiempos en radio y televisión, con lo cual los partidos políticos anteriormente gastaban más del 70 por ciento del financiamiento electoral, además de la reducción en la duración de las campañas, la reducción del financiamiento público hacia los partidos pudo haber sido mucho mayor.

3.2. CAMPAÑAS ELECTORALES.

Desde el año 2005, los candidatos y pre-candidatos para las elecciones presidenciales del 2006 iniciaron con sus pre-campañas "no oficiales". Para cuando iniciaron formalmente las campañas, los ciudadanos ya estaban sobresaturados de propaganda. Durante el tiempo en

⁶⁷ Ibidem. Becerra Chávez. Pág. 155

que duro el proceso electoral, los candidatos y partidos políticos se movieron en medio de insultos y acusaciones, en el contexto de un gasto excesivo en la compra de spots en radio y televisión.

Con la entrada en vigor de la reforma, en la fracción IV del Artículo 41 constitucional se determina que la ley reglamentaria:

...establecerá los plazos para la realización de los procesos partidistas de selección y postulación de candidatos a cargos de elección popular, así como las reglas para las precampañas y las campañas electorales. En el año que se elija Presidente y legisladores de las dos cámaras, las campañas tendrán una duración de 90 días, en tanto que en el año que solamente se elijan diputados las campañas durarán 60 días.⁶⁸

En cuanto a las precampañas, el segundo párrafo de esta fracción IV establece que *en ningún caso las precampañas excederán las dos terceras partes del tiempo previsto para las campañas electorales*⁶⁹. De acuerdo a la ley, para elección presidencial las precampañas serán de un máximo de 60 días, mientras que para la elección intermedia será de 45 días.

Además el artículo 211 del COFIPE en su párrafo 3 determina que los precandidatos *no podrán realizar actividades de proselitismo o difusión de propaganda, por ningún medio, antes de la fecha de inicio de las precampañas*⁷⁰. Si alguno de los precandidatos llegara a violar esta reglamentación se sancionará con la negativa del registro como precandidato.

Aunque dicha ley tiene buenas intenciones, es casi imposible impedir que los políticos que aspiran a ser candidatos encuentren la forma de iniciar sus pre-campañas de manera disfrazada meses o incluso años atrás. El problema radica en que los políticos siempre buscarán la forma de evadir las reglas para adelantarse lo más posible a sus contrincantes.

⁶⁸ Op. Cit. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

⁶⁹ Ibidem

⁷⁰ Op. Cit. COFIPE

La reforma electoral establece en el apartado C de la fracción III del 41 constitucional una ley de vital importancia para evitar que se repita la situación vivida en el proceso electoral del 2006: *“En la propaganda política o electoral que difundan los partidos deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas”*.

Cabe destacar que la reforma elevó a rango constitucional, aunque acortado, algo que ya estaba reglamentado en la fracción P número 1, del Artículo 38 del COFIPE, el cual instaba a los partidos políticos *abstenerse de cualquier expresión que implique diatriba, calumnia, infamia, injuria, difamación o que denigre a los ciudadanos, a las instituciones públicas o a otros partidos políticos y sus candidatos, particularmente durante las campañas electorales y en la propaganda política que se use durante las mismas*.

Es indudable que el nivel de conflictividad de las campañas de 2006 fue muy superior a todo lo visto anteriormente, ya que las expresiones denigrantes, las injurias o los simples insultos, crecieron conforme avanzaba el proceso. El Consejo General del Instituto Federal Electoral quedó rebasado como autoridad, esto debido a que actuó con una lógica puramente reactiva, partiendo del supuesto de que la autoridad electoral administrativa solamente debía actuar en respuesta a quejas interpuestas por los partidos, comportamiento que pasó inadvertido cuando la modalidad negativa de las campañas no había sido dominante, pero que ya no resultó adecuado ante la generalización de las campañas negativas.

Queda claro que con las nuevas disposiciones del Artículo 38 del COFIPE no se resuelve el problema, porque determina que el Instituto Federal Electoral solamente podrá intervenir en caso de queja o denuncia, ante las cuales la Secretaría ejecutiva del IFE instruirá un procedimiento expedito de investigación, después del cual el Consejo General podrá sancionar con multa y en caso de reincidencia con la suspensión parcial de las prerrogativas.

Se podría decir que dado que es una obligación de los partidos *abstenerse, en su propaganda política o electoral, de cualquier expresión que denigre a las instituciones y a los partidos o que calumnie a las personas*, y analizando también que el Artículo 118, párrafo 1 inciso H dota al Consejo General del Instituto Federal Electoral la atribución de *vigilar que las actividades de los partidos políticos nacionales y las agrupaciones políticas se desarrollen con apego a este Código y cumplan con las obligaciones a que estén sujetos*, entonces el Consejo General no debería actuar únicamente ante la interposición de una queja, sino que la intervención del IFE en esta materia tendría que ser de oficio.

Sin embargo, la problemática es en sí difícil, dado que la expresión “propaganda política o electoral” no se reduce exclusivamente a los “spots” o promocionales en radio o televisión. Es por ello que ni la Constitución ni el COFIPE definen la “propaganda política” en general, dado que su definiciones de “propaganda de precampaña” en el Artículo 212 del COFIPE y de “propaganda electoral” del Artículo 228 del COFIPE dan a entender que la propaganda incluye “*al conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones*”, que durante las precampañas o las campañas producen y difunden los partidos políticos y los candidatos, además de sus simpatizantes, con el objetivo de mostrar ante la ciudadanía las plataformas políticas.

Tomando en cuenta lo anterior, entonces la obligación de los partidos políticos no debe limitarse a los spots de radio y televisión, sino además también tendría que extenderse a lo que dicen sus miembros, particularmente sus dirigentes y personajes destacados.

3.3. REFORMAS ADMINISTRATIVAS DENTRO DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL.

Finalmente, y no menos importante, es preciso destacar que los legisladores aprobaron la creación de una Unidad de Fiscalización como órgano técnico del Consejo General del

Instituto Federal Electoral, un órgano autónomo de gestión, donde el titular de dicha dependencia será elegido por el voto de las dos terceras partes del propio Consejo.

Esta dependencia tiene como funciones la recepción y revisión integral de los informes que presenten los partidos políticos en cuanto al origen, monto, destino y uso de los recursos que obtengan por cualquier modalidad de financiamiento. Para que su funcionamiento sea el óptimo, la Unidad de Fiscalización no estará limitada por los secretos bancarios y fiscal.

Con el objetivo de darle una mayor transparencia al uso de los recursos públicos, se creó la Contraloría General, que también cuenta con autonomía técnica y de gestión, teniendo como tarea fiscalizar todos los ingresos y gastos del Instituto Federal Electoral, y donde el titular de dicha dependencia es elegido por la Cámara de Diputados con el voto de las dos terceras partes de sus miembros presentes, a propuesta de instituciones públicas de educación superior.

Dichos órganos, tienen la gran tarea de vigilar la adecuada utilización de los recursos públicos otorgados a los partidos políticos, además de los recursos que utiliza el mismo Instituto Federal Electoral para su operación. Además, por ley se hizo obligatorio que todos los partidos políticos presentaran informes periódicamente de sus precampañas.

Es claro que con estas nuevas reglamentaciones no sólo se busca fortalecer los procesos de fiscalización, además de establecer diversos mecanismos de rendición de cuentas que deberán ser atendidos en los próximos años por la autoridad electoral.

En lo que respecta al Registro Federal de Electores, la reforma trajo consigo algunas innovaciones que tienen por objetivo tramitar y recoger de forma rápida y segura la credencial de elector. En este caso en específico, la nueva normatividad establece que la

*autoridad formulará hasta tres avisos a los ciudadanos para que acudan a recibir su credencial, una vez realizados los trámites correspondientes.*⁷¹ .

Otra de las nuevas características es que se incorpora a la credencial de elector es la fotografía con la Clave Única del Registro de Población (CURP), con el objetivo de darle más seguridad y certeza a esta identificación. Además, se estableció que la nueva credencial tendrá una vigencia de diez años.

Cabe destacar que además de lo anterior, la nueva credencial incorpora nuevos elementos para tener un control permanente del padrón electoral. Se pretende obtener más de una huella dactilar del ciudadano para su registro; ello para obtener mayores niveles de certeza para el mejoramiento de la calidad del padrón, facilitando la detección de electores que cuenten con duplicación de registros.

En lo que respecta a la organización electoral, se reglamentó que los emblemas de los partidos políticos impresos en la boleta electoral deben de contar con mayores medidas de certeza, con lo que se pretende obtener una mayor confianza del elector a la hora de emitir su voto.

Otras de las disposiciones de gran relevancia son aquellas reformas constitucionales que le permiten al Instituto Federal Electoral la posibilidad de organizar, a través de convenios con las autoridades competentes de las entidades federativas que así lo requieran, la organización de procesos electorales locales, tomando en cuenta el pacto federal del Estado mexicano y la autonomía política de las entidades federativas.⁷²

Con la experiencia generada por el proceso electoral del 2006, los partidos políticos demandaron reiteradamente la posibilidad de implementar el sistema de doble conteo de

⁷¹ COFIPE: Art. 130.

⁷² COFIPE: Artículo 41, base V, párrafo 12 y Artículo 116 norma IV

votos. El Congreso de la Unión, atendió dicha demanda, dando luz verde a la posibilidad de realizar un recuento de votos, siempre y cuando la diferencia entre el primer y segundo lugar en la elección sea igual o menor al uno por ciento, además de que debe haber una petición expresa del partido cuyo candidato esté en segundo lugar.

En caso de que un partido exija el recuento de los votos, el Consejo Distrital deberá realizarlo en la totalidad de las casillas⁷³. Con las nuevas disposiciones constitucionales y reglamentarias, el Instituto Federal Electoral ve fortalecidas sus atribuciones como árbitro de los procesos electorales. Es por ello que la reforma electoral de 2007 constituye una oportunidad para acceder a una democracia de mayor calidad, campañas menos costosas, reglas más equitativas para acceder a los medios de comunicación electrónicos y condiciones para evitar la llamada “guerra sucia”.

Por último, una de las modificaciones más controvertidas dentro del IFE, fue el cese del consejero presidente y algunos consejeros del organismo, mismo que estaba previsto en un artículo transitorio de la reforma.

El Consejo General del IFE está conformado por el consejero Presidente y por ocho consejeros electorales, quienes a su vez son designados por una mayoría de dos tercios de los diputados a propuesta de los grupos parlamentarios de todos los partidos políticos. Sin embargo, con la nueva reforma el consejero presidente se mantendrá en el cargo durante un lapso de seis años, cuando con la reglamentación anterior eran siete años, además podrá ser reelecto una sola vez, cuando anteriormente no se preveía.

En cuanto a la duración en el cargo de los consejeros electorales, será de nueve años, cuando anteriormente era de siete años sin posibilidad de reelección, además de que su renovación será escalonada. Además la reforma añade también que las propuestas de los grupos parlamentarios se realizarán después de llevar a cabo una “amplia consulta a la sociedad”.

⁷³ COFIPE: Art. 295, numeral 2 y 3

Una reforma más progresista hubiera sido cambiar el modelo de nombramiento de los consejeros por cuotas partidarias, sin embargo la decisión final sigue estando en manos de los legisladores que responden a la línea de sus partidos.

Se mantuvo la disposición de que los consejeros electorales y el consejero presidente del IFE no pueden tener otro empleo remunerado, además de que su salario será equivalente al de los Ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN).

Los requerimientos que deben tener los consejeros para obtener el cargo, establecidos ahora en el Artículo 112 del COFIPE, se han sido aminorados. En un principio, se excluyó el requisito de “no desempeñar ni haber desempeñado el cargo de Presidente del Comité Ejecutivo Nacional o equivalente de un partido político” -inciso g) del Artículo 76 del anterior Código-; al mismo tiempo que se redujo de cinco a cuatro años la temporalidad en requisitos como no haber sido candidato o dirigente partidario. Lo anterior facilitará que en el futuro puedan ser consejeros electorales personalidades directamente vinculadas con los partidos políticos, lo cual no es lo más adecuado para una institución que cumple el papel de árbitro electoral.⁷⁴

Es indudable que dentro de la reforma electoral del 2007 hay indiscutibles avances, pero también ciertas deficiencias. En lo que respecta al IFE, es un acierto el nombramiento escalonado de los consejeros electorales, sin embargo consideramos que es un error su aplicación inmediata porque se cesa sin fundamentación alguna a los consejeros electorales que habían sido electos para un periodo determinado.

Un avance significativo es la referencia a una consulta ciudadana para el nombramiento de los consejeros electorales, sin embargo aún no se diseña un proceso debidamente regulado, con lo que se mantiene la discrecionalidad en el nombramiento de los primeros tres consejeros electorales, quienes fueron elegidos a partir de las cuotas partidarias.

⁷⁴ Op. Cit. Becerra Chávez

En el tema de las precampañas y las campañas, hay sin duda grandes avances que aún faltan definir en la legislación secundaria: en cuanto a la regulación de las precampañas y reducción de las mismas, lo cual repercutiría considerablemente en el ahorro de recursos y en la reducción de las problemáticas previas al inicio del proceso electoral.

Por otra parte a legislación secundaria debe ser más concluyente respecto al establecimiento de sanciones que evite que los políticos y partidos en general se adelanten al inicio formal de los procesos electorales, tanto en las contiendas internas como en los procesos locales y federales.

Por último, respecto al financiamiento a los partidos y los medios de comunicación hay un avance insuficiente; la disminución del financiamiento a los partidos políticos, pero no en la medida proporcional a la reducción de las campañas y la prohibición de contratar tiempos en radio y televisión.

Debido a la prontitud con que se dieron las negociaciones para aprobar la reforma electoral, los legisladores dejaron pasar inadvertidos varios temas electorales que se han planteado con cierta insistencia en los últimos años. Temas como el de la reelección del Congreso de la Unión, en el ámbito federal, y diputados locales y gobernantes municipales, en el local, simplemente quedaron fuera de la agenda.

El tema de la segunda vuelta para la elección presidencial también quedó descartada, al igual que la consideración del IFE como órgano para iniciar una controversia constitucional, el número de diputados y senadores de mayoría y de representación proporcional, la posibilidad de renovar al Senado por partes cada tres años, etc.

CAPITULO 4- ELECCIONES INTERMEDIAS DEL 5 JULIO DEL 2009.

4.1. APLICACIÓN DE LA REFORMA ELECTORAL DEL 2007 EN LAS ELECCIONES FEDERALES DEL 2009.

Tras la aprobación de la reforma electoral del 2007, el Instituto Federal Electoral (IFE) sería el único organismo autorizado por la ley para determinar la forma en que podían utilizarse los tiempos oficiales en los medios electrónicos.

El 12 de septiembre de 2007, la Reforma se aprobó en el Senado de la República con 111 votos a favor y 11 en contra.⁷⁵ Y el 14 de septiembre en la Cámara de Diputados con 361 votos a favor, 30 en contra y 2 abstenciones.⁷⁶ Posteriormente, el acuerdo jurídico fue legitimado el 9 de octubre por 30 entidades federativas, valorándola como un importante avance para la democracia mexicana⁷⁷; con excepción del gobierno coahuilense que la rechazó por considerar que atentaba contra la libertad de expresión.⁷⁸

El Senado de la República aprobó fast track reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión que sólo permiten al Instituto Federal Electoral (IFE) dar aviso a la autoridad responsable sobre irregularidades o infracciones graves que cometan concesionarios y permisionarios al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).⁷⁹

La reforma debía colocar límites constitucionales muy firmes a la fuerza mediocrática durante las fases electorales en el país y devolvió a los partidos políticos todo su poder ideológico para llevar a cabo libremente las campañas propagandísticas sin presiones mediáticas sobre éstos, así pues, el objetivo primordial de dicha reforma era impedir que los

⁷⁵ Periódico Reforma, 12/09/2007.

⁷⁶ Periódico La Jornada, 13/09/2007.

⁷⁷ Reforma 15/09/2007.

⁷⁸ Reforma 17/09/2007.

⁷⁹ Periódico El universal 18/02/2009.

actores políticos quedaran subordinados a los intereses de los grandes monopolios de la comunicación, además de impedir pactar con ellos su respaldo mediático a cambio de futuros beneficios económicos, políticos, jurídicos y culturales, una vez que los candidatos apoyados por estas fuerzas llegaran al Poder Legislativo o Ejecutivo.

Asimismo, se pretendió evitar parcialmente que el dinero de los grandes monopolios u organismos de presión social, continuaran cada vez más pervirtiendo a la política, definiendo qué sujetos y qué contenidos podían participar y cuáles no en el espacio público mediático, el cual es construido por los medios de difusión colectivos para intentar persuadir a la población con su propaganda partidista y ganar o perder con esto las contiendas electorales.

¿Pero fueron esos preceptos cumplidos al pie de la letra? ¿Cuáles fueron los resultados reales en su aplicación en las elecciones? ¿Realmente fue eficiente dicha reforma?

A continuación se realizara un análisis exhaustivo sobre la aplicación de la reforma electoral del 2007 en las elecciones intermedias de Julio del 2009, para ver de qué forma se aplico dicha reforma y cuáles fueron los costos de la misma.

4.2. LAS ELECCIONES FEDERALES DE JULIO DEL 2009.

Enmarcado en un ambiente de profunda crisis económica nacional e internacional y en medio de la epidemia sanitaria llamada influenza, que azotó drásticamente a toda la población del país, *Arrancaron las campañas pese a alerta sanitaria*⁸⁰. El 3 de mayo de 2009 inició oficialmente el proceso electoral de los ocho partidos políticos existentes en México, a saber: Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Acción Nacional (PAN), Partido de la Revolución Democrática (PRD), Partido Verde Ecologista (PVEM), Partido del Trabajo (PT), Partido Nueva Alianza (PNA), Partido Convergencia (PC) y

⁸⁰ Periódico Milenio 03/05/2009.

*Partido Social Demócrata (PSD) con el fin de seleccionar 500 curules para la Cámara de Diputados entre 3 637 aspirantes inscritos ante el IFE.*⁸¹

Dentro de este escenario de competencia política se conformaron dos alianzas para postular candidatos comunes: coalición parcial del PRI con el PVEM en 63 distritos electorales; y la coalición total entre el PT y el PC en 300 distritos electorales.

El proceso se realizaría el 5 de julio a nivel federal y en 11 entidades de la República, además se elegirían en 10 estados (Campeche, Colima, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Sonora, Guanajuato, Jalisco, México y Morelos) ayuntamientos y congresos locales, y en los primeros seis, gobernadores.

La novedad de ésta elección fue que, como bien prevenía el artículo 49 del COFIPE, los partidos políticos no pudieron comprar sus propios tiempos publicitarios a las empresas privadas o públicas de radiodifusión colectiva, sino que realizaron su propaganda a través de los tiempos oficiales de radio y televisión, que les otorgó el IFE.

Así, durante más de dos meses, entre campañas y precampañas, los institutos políticos transmitieron una cantidad superior a 23 000,000 de spots pertenecientes a diversos partidos y coaliciones políticas para promover a sus candidatos respectivos.

*Partidos recurren a medios electrónicos. Sólo en la televisión se prevé 1 millón de spots.*⁸²

Los senadores aprobaron la reforma para adecuar la Ley Federal de Radio y Televisión y armonizar su contenido con las disposiciones constitucionales y legales derivadas de la reforma electoral, si bien la reforma confirió la autoridad única al IFE para la administración del tiempo del Estado en radio y televisión (conforme a las pautas de transmisión aprobadas), sin embargo fueron ellos mismos quienes criticaron el fallo del IFE que determinó no sancionar a las televisoras por la transmisión de spots en bloque.

⁸¹ El Universal, 02/05/2009.

⁸² El universal 02/05/2009.

Desde que entró en vigor la reforma al Código, el IFE ejerció sus nuevas atribuciones, empero, al no estar reflejadas esas facultades en la Ley Federal de Radio y Televisión, a través de la adecuación de sus disposiciones, se generó una laguna, y con ello confusiones y hasta litigios por motivo de la aplicación del COFIPE. Surgieron pues, los conflictos por los spots, y las televisoras precisaron al IFE que en caso de sancionarlas, recurrirían al amparo, ya que el COFIPE no fungía como el marco regulador de los medios electrónicos, sino la Ley Federal de Radio y Televisión. Ante dicha incertidumbre jurídica, el PRD en el Senado planteó la pertinencia de llevar del COFIPE a la Ley de Radio y Televisión las facultades del IFE con el fin de que el Instituto pudiera, al menos, revisar los casos y llevarlos ante la autoridad competente en casos de violaciones graves. Dicho dictamen, fue presentado de manera sorpresiva y avalado por 74 votos a favor, tres en contra y cuatro abstenciones, pasó a la Cámara de Diputados para su análisis y eventual aprobación. Con ello, la Ley Federal obligó a los permisionarios y concesionarios a atender las determinaciones del IFE, suspender propaganda gubernamental en tiempos electorales; poner a disposición del IFE el tiempo que le corresponda administrar y transmitir íntegramente y en los horarios señalados, y que no se podrían alterar las pautas ni exigir requisitos técnicos adicionales a los aprobados por el instituto. Se determinó también, que el instituto recibirá 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión, y en tiempos de elecciones, atender quejas y denuncias por la violación de estas normas y determinar e imponer en el ámbito de su competencia, las sanciones contra concesionarios y permisionarios.

Los resultados obtenidos de los comicios intermedios para la elección de diputados en el 2009 fueron los siguientes: el PRI ganó 36.68%; el PAN, 27.98%; el PRD, 12.20%; el PVEM, 6.50%; el PT, 3.56% Nueva Alianza, 3.41%; PC, 2.36%; PSD, 1.03%; la alianza PRI-PVEM, 0.41%; la alianza PT-C, 0.24%; el voto nulo, 5.39%; y votos no registrados, 0.18%.

La aplicación de la reforma electoral tuvo éxito en un alto porcentaje debido al respeto y observación de su estructura esencial por la mayoría de los actores políticos. En este sentido, gran parte de los concesionarios de la radiodifusión nacional cumplieron con las reglas de la Reforma, excepto Televisa y Televisión Azteca al desafiar al Estado mexicano

con estrategias golpistas, presiones monopólicas, campañas de intimidación, posiciones empresariales retadoras contra el Estado, entre otras. *Televisoras amulan en los hechos reformas a la Carta Magna en materia electoral*⁸³. Un ejemplo de tal desacato fue, la tan mencionada multa fijada a tv azteca, *Multa el IFE a TV Azteca porque no transmitió 5 mil 734 promocionales. Deberá pagar más de 62 millones de pesos.*⁸⁴ *Queda en 22 millones multa a TV Azteca por omitir spots.*⁸⁵

Se suponía que la reforma debería arrojar un importante avance para el sistema de equilibrios democráticos del país, en la fase de renovación de poderes públicos, ya que permitió que los partidos políticos actuaran con menores presiones externas y fundamentalmente atendieran la competencia existente entre los candidatos. La clase política tenía que experimentar la existencia de mayor moderación en la lucha electoral, la cual había sido desigual en procesos electorales anteriores frente a otras fuentes de presión externas, los partidos políticos se verían menos coartados por los poderes fácticos, especialmente mediáticos, para postular y promover a sus candidatos respectivos.

La justificación oficial a tal decisión fue que si no se limitaba la elaboración y la difusión de los mensajes electorales, se permitiría que el reinado de los poderes fácticos comunicativos continuara manipulando a favor de sus intereses. Así, en aras de callar a los poderes fácticos mediáticos que en procesos electorales anteriores habían cometido muchos abusos, se sacrificó la intervención directa de otros factores de la sociedad, en lugar de buscar otras alternativas regulatorias que sólo afectarían a los actores políticos. *Con esto, se generaron nuevas inequidades políticas que la Reforma buscaba evitar.*⁸⁶

Por ello dicha modificación resultó algo contraproducente, pues al permitir, con la reforma electoral, que sólo los partidos políticos participaran en la elaboración y la difusión de los mensajes electorales, se formó una estructura altamente partidocrática hermética que dio

⁸³ Periódico la Jornada 28/12/2008.

⁸⁴ La Jornada 28/07/2008.

⁸⁵ La Jornada 29/07/2008.

⁸⁶ Ugalde, Luis Carlos, (01/08/2009), "La reforma regresiva", en revista Nexos, núm. 380, Ciudades tomadas, México, D.F.

origen a la hegemonía comunicacional de los partidos sobre el resto de la sociedad. En este sentido, en aras de crear mayor equidad en las contiendas con la reforma electoral se produjo una nueva estructura política que permitió que se pasara del sistema de gobernabilidad de la ferecracia que anteriormente concentraba el proceso de la comunicación política en el país, a una nueva estructura partidocrática donde ahora el monopolio de la comunicación política la concentran los partidos políticos, dejando afuera a la sociedad. Así, en el país se dio una lucha entre los dos modelos de comunicación política dominante: el de los monopolios mediáticos y el de los monopolios de los partidos políticos convertidos en estructura partidocrática.

4.3. EL CONTRAATAQUE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTE LA APLICACIÓN DE REFORMA ELECTORAL.

A partir de estos cambios, mucho se habló en los medios de comunicación, principalmente en las cadenas televisivas de televisa y TV azteca, de que se obstruía la expresión de cualquier otro sector de la sociedad civil organizada, y se atentaba fuertemente contra la garantía de libertad de expresión y derecho a la información que corresponde ejercer constitucionalmente a todos los ciudadanos.

Pero dicha postura tenía una doble moral por parte de los grandes medios de comunicación, pues al aprobarse la reforma sabían que “el negocio de las elecciones” se había acabado, ya que las jugosas ganancias que les dejaba la transmisión y la difusión de los spots en las campañas, así como los favores políticos discrecionales entre el medio de comunicación y los partidos, había llegado a su fin.

Debemos recordar el escenario de presión económica que las grandes televisoras y radio difusoras mexicanas pasaban, debido al fracaso financiero que les significó la participación en las Olimpiadas Mundiales de 2008 en Beijing, pues no obtuvieron los dividendos proyectados en relación con los presupuestos que invirtieron, y por la severa crisis financiera mundial generada por la quiebra de las hipotecas subprime, que desencadenó el

desquiciamiento de todos los sistemas económicos internacionales y la severa recesión mundial.

Tal situación devaluó fuertemente las acciones de las empresas de comunicación mexicanas e impidió con ello, que muchas otras ramas económicas invirtieran en publicidad televisiva ocasionando grandes pérdidas para las empresas audiovisuales.

Ante tal contexto, muchos medios reaccionaron con tendencias golpistas, principalmente por parte del duopolio de la televisión mexicana TV Azteca y Televisa, quienes inmediatamente implementaron una campaña de inconformidad ante la reforma, bajo el supuesto “del atentado a la libertad de expresión” tratando de convencer a su audiencia que, no sólo se estaban transgrediendo sus propias garantías como ciudadanos, sino que además se les cerraban los espacios públicos, antes abiertos y plurales, puesto que con la reforma lo único que se había hecho, era construir un sistema jurídico que blindaba a los partidos como grupos en el poder que evitaban la crítica social y las nuevas participaciones ciudadanas, reforzándose así la impunidad y el abuso de estos sectores partidistas sobre la población. Sin embargo es bien sabido que sólo trataron de filtrar sus propios intereses, principalmente económicos, en toda la población, pues muchos de los espacios públicos como barras de opinión, siguieron activos y con su programación habitual.

Cabe recordar que solamente el gasto realizado *en las precampañas electorales de 2009 por los partidos políticos ascendió a más de \$1 030 millones de pesos, cuyo monto únicamente representó 25% del total de recursos ejercidos en 2009.*⁸⁷ Lo cual debió ser un golpe duro para dichos medios, pues ese monto ya no se iría directo a sus manos.

Con perspicaz audacia, los medios de comunicación, para castigar y presionar a la partidocracia que les impuso la reforma electoral contra el “dinero sucio”, impidiéndoles hacer más negocios con las elecciones, se apropiaron, además, de las banderas transformadoras de la sociedad civil y propiciaron una gran campaña manipuladora a favor

⁸⁷ La Jornada, 26/11/2008.

del “voto en blanco” o “voto neutro” para hacer fracasar la Reforma y contar con suficientes argumentos obvios a fin de exigir, después del proceso electoral de las elecciones intermedias de 2009, otra reforma electoral que fuera funcional a sus grandes intereses mediáticos privilegiados.

Dicha campaña fue tan exitosa que *logró provocar que el voto nulo sumara 1 839 971 votos, equivalentes a 5.39% de la votación total nacional.*⁸⁸

La intervención mediática paralela fue sumamente delicada, pues introdujo elementos externos viciados que atentaron contra los principios de limpieza, igualdad, ética, transparencia y equilibrio que pretendió establecer el IFE a fin de contar con elecciones legítimas que crearan ponderación y paz social. No obstante, la acción interventora de los monopolios de la comunicación masiva pudo inocular los procesos electorales con elementos propagandísticos sucios, tramposos, mañosos, etc., que empañaron la pulcritud de los mismos y lograron ser argumentos suficientes para que cualquier grupo político, perdedor de una elección, declarara con razón suficiente, la invalidez de estos trámites por falta de neutralidad política.

Sin duda, es innegable, que se pasó de un monopolio mediático de la política en alianza con el partido dominante, a un nuevo monopolio de la partidocracia que acaparó la comunicación política y con ello los procesos de representatividad colectiva, reduciendo las opciones de intervención a otros sectores, fortaleciéndose el fenómeno de la telepolítica discrecional, como forma moderna de relación para que sólo la clase política gobernante se vinculara “virtualmente” con la población, y no la verdadera política vertical, donde abiertamente participan todos los sectores sociales para reflexionar y discutir los grandes conflictos de la agenda nacional.

Desde ese punto de vista, lejos de atacar el problema de la disparidad, la reforma electoral lo empeoró, pues fue una ley creada para proteger a los partidos de la presión de los

⁸⁸ PREP, 06/07/2009.

monopolios de la información, ensanchando la voz de otras fracciones; por un lado buscó equidad entre partidos, y por el otro aumentó la inequidad de éstos con los ciudadanos.

Sin embargo, aunque con menor intensidad, los grandes concesionarios de los medios electrónicos volvieron a posicionarse en el espacio público mediático, como una fuerza central muy poderosa para influir informalmente los procesos electorales nacionales, al contar con una amplia franja de su programación que utilizó como instrumento persuasivo para influir sobre el electorado y darle la ventaja o la desventaja a los candidatos que decidió apoyar o desprestigiar. Así, los medios electrónicos, como fuertes poderes fácticos, nuevamente desempeñaron su función tradicional de coerción, la cual han conquistado históricamente sobre el Estado y la sociedad al transformarse en los grandes electores nacionales y que además, tuvieron un peso muy significativo sobre los resultados de los comicios del 2009.

4.4. EN CUÁNTO A LA REDUCCIÓN DE LOS GASTOS DE CAMPAÑA.

En la teoría, la aplicación de la reforma electoral debía representar una reducción en el costo de las campañas políticas, pues los partidos ya no comprarían directamente su espacio propagandístico con los consorcios de la comunicación masiva, sino que sería un gasto que absorbería éste, a través de los tiempos oficiales de radio y televisión.

Sin embargo, en la práctica no implicó, en ningún momento, elecciones baratas, pues los ciudadanos a través de los tiempos de comunicación del Estado tuvieron que pagar con sus impuestos más de 32 000,000 de spots, es decir, lo único que representó fue que la compra de todos estos espacios fuera canalizada vía IFE. A pesar de que redujo el presupuesto de los partidos, aumentaron sus prerrogativas, como el financiamiento de más tiempo gratuito en medios.

Gracias a la avalancha de tiempos oficiales que les otorgó la reforma electoral y como nunca antes en la historia de la ideologización partidista de México; en las elecciones intermedias del 2009, los partidos políticos contaron con un enorme apoyo infraestructural de recursos informativos y logísticos para difundir sus mensajes proselitistas. Así, sin considerarla propaganda subterránea que ilícitamente también utilizaron dichas instituciones a lo largo del proceso electoral, transmitieron a la población más de 23 000 000 millones de spots entre campañas y pre campañas.

Cabe señalar, que el IFE al pretender ser “equitativo” con la repartición de tiempos oficiales con los partidos políticos, fue un tanto disímil, pues dio más espacio para la difusión de sus mensajes a los partidos grandes y menos oportunidades a los partidos pequeños.

Con este hecho, fue más fácil que los primeros ganaran permanentemente las elecciones y los cargos representativos dentro del Congreso de la Unión que los segundos, al contar con mayores recursos de tiempo para realizar su propaganda electoral y, por lo tanto, para obtener más votos.

Fue más que obvio que a través de esa decisión, se apoyó la permanencia en el poder de los mismos partidos grandes, anulando las alternativas de cambio político en México con otros agentes políticos menores.

El único factor que rompió este desequilibrio, fue el apoyo informal otorgado por los monopolios de la televisión a algunos candidatos y partidos de su simpatía, como el PVEM, que recibió el respaldo desmesurado e ilimitado de Televisión Azteca y Televisa, porque de esta manera tendrían un partido incondicional en el Congreso de la Unión que les permitiera defender sus intereses oligopólicos.

No debemos perder de vista que pese a todos los apoyos informativos otorgados, las organizaciones políticas demostraron una enorme pobreza, irresponsabilidad, superficialidad, incapacidad, desvirtuamiento y banalidad en su proceso de comunicación para vincularse con la población. Contando con todos los recursos del Estado, no crearon

nuevas relaciones comunicativas, discusiones partidistas, riqueza de ideas, apertura a la ciudadanía, alternativas de solución de fondo a las grandes contradicciones del crecimiento nacional, los partidos políticos utilizaron el modelo de información de la Aguja Hipodérmica, caracterizado por difundir un océano de más de 23 000 000 de spots propagandísticos, suponiendo que por su simple transmisión, estaban cumpliendo con su “vocación política electoral” y la población los asimilaría automáticamente sin resistencia. Durante diversas contiendas electorales anteriores, los partidos políticos criticaron severamente el empleo de modelos comerciales de difusión para transmitir sus campañas propagandísticas. una vez que contaron con acceso libre y abundantísimo en los espacios comunicativos por las elecciones de 2009, vía aprovechamiento de los tiempos de Estado y proporcionado por la reforma electoral de 2007, adoptaron acríticamente el modelo de difusión de la publicidad comercial privada, que en el pasado habían reprobado radicalmente, *se impulsó el Modelo de la Comunicación Casino*⁸⁹ para promover su imagen, reemplazando la difusión de ideas y propuestas, evitando enfrentar los grandes desafíos nacionales urgentes que debían resolverse.

4.5. LOS VACÍOS IDEOLÓGICOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LAS CAMPAÑAS.

Aun cuando contaron con un marco normativo muy favorable para desplegar una gran capacidad comunicativa y una avanzada en la comunicación política, los partidos demostraron su penuria ideológica y su extravío social, prefirieron recurrir a la espectacularización de su política, en vez de lanzar propaganda meramente política; por ejemplo *El PRI contrató a Lilia Aragón, Karla Marqueda, Omar Fierro y Mariana Ochoa*⁹⁰; *el PAN a Carlos Hermosillo, Fernando Plata, el Místico e Iridia Salazar*⁹¹; *El*

⁸⁹ Esteinou Madrid, Javier (2009), “El origen ético moral de la crisis del modelo de la economía basura”, en Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y Comunicación, núm. 5, segundo semestre, Madrid, España.

⁹⁰ Reforma, 01/06/ 2009.

⁹¹ Reforma, 02/05/2009.

*PVEM a Raúl Araiza y a Maite Perroni*⁹² En tanto, el PSD se relacionó con La Chiva, Tere Vale y Juan Antonio Méndez Parra⁹³; El PRD con Ana Guevara y con la Niña Mariana, y por último, el PT fue caracterizado por Claudia Pichardo "La Bombón Grupera"⁹⁴. Posteriormente, sus imágenes fueron perfeccionadas se divulgaron a través de pendones, gallardetes, mantas, promocionales calcomanías, anuncios espectaculares, mensajes televisivos, spots radiofónicos, imágenes televisivas, participaciones en Internet, etc.⁹⁵

En cuanto a los contenidos de la propaganda política en los medios abiertos, los partidos políticos utilizaron diversas tesis:

El PAN centró la sustancia de sus mensajes ideológicos en la lucha contra el narcotráfico, no obstante que era una lucha gubernamental fracasada.

El PRI basó sus propuestas en exaltar y recobrar su antigua experiencia para gobernar el país.

El PRD fundamentó su táctica proselitista en una publicidad personalista alrededor de Jesús Ortega, presidente del partido, demandando una nueva credibilidad hueca para recolocar socialmente al organismo político.

El PVEM, contrario a su plataforma de principios humanistas, *paradójicamente centró su campaña en la promoción de la Pena de Muerte a secuestradores, otorgar vales para medicinas y facilitar bonos para clases de inglés y computación.*⁹⁶

La alianza Convergencia- PT cimentó narcisistamente su campaña de propuestas en la figura de López Obrador, quien expuso principios vagos y mínimos sobre el rescate de la nación.

⁹² Agencia de Noticias Notimex, 03/07/2009.

⁹³ Excélsior, 02/05/ 2009.

⁹⁴ Grupo Reforma, 01/07/ 2009.

⁹⁵ Reforma, 18/05/2009).

⁹⁶ Reforma, 08/06/2009.

El resultado fue un burdo blindaje virtual de los partidos políticos para intentar resolver mediante la mercadotecnia comunicativa de los canales electrónicos de difusión masiva y otras infraestructuras informativas, la profunda crisis de legitimidad y representatividad que experimentaron ante los ciudadanos, *y no a través de un serio y responsable trabajo de vinculación con la ciudadanía con el propósito de atender sus necesidades primordiales de sobrevivencia.*⁹⁷

Así pues, el éxito propagandístico de los partidos políticos dependió de las reglas mercadológicas de la producción comunicativa de las industrias culturales.

El público eligió a sus gobernantes, no por la fuerza del contenido ideológico de su pensamiento o por las propuestas de solución ante los grandes conflictos de la agenda nacional, sino por su capacidad de actuación teatral ante las cámaras y micrófonos.

La vinculación con la ciudadanía se convirtió en un problema de conquista del rating, rating que para los medios *se iría a los suelos en la radio y televisión por spots de partidos.*⁹⁸

La convicción ideológica ya no surgió de la discusión responsable de las plataformas de pensamiento de los candidatos, sino de la habilidad de persuasión de la propaganda, *la repetición de los mensajes y la escenografía moderna impactante de sus formas.*⁹⁹

El modelo de comunicación política que se derivó de la reforma electoral del 2007, demostró que se impusieron las reglas del código de comunicación de la publi-televisión sobre las de política humana que demanda la sociedad. Así, la forma del mensaje subordinó el fondo del mismo, produciendo una versión acentuadamente artificial, decorativa o cosmética de la política, que correspondió más a un montaje escenográfico de un espectáculo masivo de amplísimas dimensiones coyunturales y no al quehacer esencial del

⁹⁷ Revueltas, Andrea (2009), "Antecedentes históricos de la crisis política actual", en Ávalos Tenorio (coord.), El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación, México, D.F.

⁹⁸ Milenio 15/01/2009.

⁹⁹ Periódico El Financiero, 01/12/1999.

trabajo de la acción política, cuyo significado es la discusión y resolución de los problemas de la polis.

Los intereses viciados de la partidocracia buscaban fundamentalmente durante la fase de comicios de 2009, el reforzamiento y la legitimación de la actual clase política en el poder y no su profunda autocrítica y renovación representativa.

Dentro de este nuevo marco electoral, fue imposible que prosperara la verdadera sustancia de la política, es decir, el análisis y la discusión de los conflictos de desarrollo y la búsqueda de opciones de solución, lo cual obedece a que las campañas propagandísticas, sólo se pueden gestar maduramente si se incorpora la reflexión, la polémica, el debate, el enfrentamiento y la oposición de los diversos planteamientos de los múltiples adversarios entre sí.

4.6. LA AUSENCIA DE CONTENIDO EN LOS CASI NULOS DEBATES POLÍTICOS.

A pesar de que el IFE exhortó a todos los partidos a realizar una verdadera exposición y comparación polémica de sus plataformas partidistas, *IFE dice sí al debate, pero entre todos los partidos*¹⁰⁰, *Avala IFE presencia creciente de candidatos en radio y televisión*¹⁰¹ asombrosamente, despreciaron dicha invitación oficial, y la ausencia de discusión política fue tal que a lo largo de todo el proceso electoral de precampañas y campañas sólo existieron dos limitados debates. *Críticas acaparan debate de partidos: Aceptaron invitación del IEDF sólo grupos políticos de minoría.*¹⁰²

¹⁰⁰ Milenio 04/06/2009.

¹⁰¹ La jornada 25/06/2009.

¹⁰² El Universal 01/07/2009.

Por una parte, una simple plática audiovisual fuera de los tiempos oficiales del Estado entre el PAN, PRI y PRD, sin llegar a convertirse en debate, *ni siquiera se abordaron con hondura las propuestas esenciales de cada organización política.*¹⁰³

El debate duró hora y media, se transmitió por el Canal 2 de televisión y fue coordinado por Joaquín López Dóriga, de la empresa Televisa. Sin embargo en estos, tampoco se encararon a fondo los grandes problemas de la nación en dicha coyuntura de cambio.¹⁰⁴

Por otra parte, otra acotada discusión se gestó entre los institutos políticos minoritarios del PVEM, PT, C, PNA y el PSD, fue transmitido a través de Internet en versión restringida por la página Web del Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF). *Debate se redujo a una plática televisiva.*¹⁰⁵

Dichos debates fueron el reflejo de las campañas mediocres y artificiales que los partidos políticos elaboraron con tópicos muy epidérmicos, cuando lo que se requería era la discusión frontal, abierta, cruda, de fondo y muy propositiva sobre los grandes conflictos nacionales que atoraban el avance del país.

En suma, la reforma de 2007 buscó más equidad pero con instrumentos equivocados, de manera que la eficacia de la norma fue muy limitada. Lo más grave de todo es que lo hizo a costa de la expresión y la participación de una sociedad frustrada con ánimo de expresarse en los partidos y más allá de ellos. Se trató de la primera reforma electoral regresiva de los derechos ciudadanos.

No obstante, pese a los nuevos controles jurídicos que introdujo la Reforma y los resultados que se dieron, la gestión de la contienda electoral del 2009 se enfrentó a diversos mecanismos que la vulneraron, lo que mostró que todavía era una fórmula política muy

¹⁰³ Excélsior 25/06/2009.

¹⁰⁴ Milenio, 04/06/2009.

¹⁰⁵ Excélsior 25/06/2009.

*limitada, necesaria de perfeccionarse sustantivamente con la participación crítica del sociedad, y no sólo mediante la intervención parcializada de los partidos políticos.*¹⁰⁶

Otro punto que fue inevitable, fue que los poderes mediáticos, aun sin la misma fuerza brutal conquistada en el pasado, volvieron a tener recursos ideológicos de intervención, en dicho proceso electoral, con el propósito de presionar eficazmente a la clase política y al gobierno en las fases electorales.

Y aunque el IFE distribuyó, supuestamente, con equidad los espacios y las formas de participación de los partidos en los tiempos de difusión de Estado en radio y televisión, los grandes consorcios electrónicos contaron con el recurso extra muy significativo de su programación informal alternativa para desequilibrar la relativa proporcionalidad racional que aportó la reforma electoral y de este modo, apoyar desapercibidamente al candidato o partido que más beneficios económicos y políticos había pactado con ellos para el futuro.

Empero, confiamos, que este sea el comienzo para una verdadera reforma electoral eficiente de fondo, pues con los desaciertos vistos en las pasadas elecciones del 2009, se ha de enriquecer la misma, para optimizarse democráticamente.

¹⁰⁶ El universal 06/10/2008.

CONCLUSIONES.

La reforma del 2007 tuvo como uno de sus objetivos principales perfeccionar al sistema electoral en materia de regulación de partidos, particularmente en lo referente al financiamiento público, las campañas y la relación entre los medios de comunicación y los partidos políticos.

Además, se puso mayor énfasis en las facultades de los diversos institutos electorales locales para regular las prerrogativas en torno al acceso a radio y televisión, y sancionar a los infractores de la ley.

El objetivo de la reforma parecía en un principio elevar la calidad de los procesos electorales en todos los ámbitos. Sin embargo, pese al espíritu de la reforma, normas secundarias dentro del COFIPE que en lo particular pueden parecer de gran mérito, en la práctica podría estar afectando la competencia electoral, repercutiendo severamente en la capacidad de respuesta de los partidos políticos ante los intereses de la ciudadanía.

Según los resultados de las elecciones del 2009, podemos afirmar que hay ciertas condiciones que deben resguardarse para que la competencia electoral sea capaz de generar una mejor cultura política: la apertura del mercado político, el electorado disponible, la calidad y diferencia de la oferta partidista y la vulnerabilidad.

Dichas condiciones son restringidas en gran medida por el COFIPE 2008 y en las leyes o códigos electorales locales, tales como en Campeche, Colima, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí y Sonora.

En lo que respecta a la dimensión cuantitativa de los procesos electorales, se puede apreciar a simple vista que en lo concerniente a la competitividad, en las elecciones para diputados federales, ésta disminuyó de manera considerable en comparación a las elecciones presidenciales de 2006. Sin embargo, hay excepciones, ya que mientras en los estados de

Campeche, Colima, Nuevo León y Sonora, se registró un descenso considerable de la competitividad electoral, mientras que en Querétaro y San Luis Potosí hubo un incremento en la competitividad.

Sin duda alguna debe de haber una reorientación estratégica para modificar la normatividad del proceso electoral, esto con el fin de obtener conductas partidistas diferentes: además de aprobar reformas electorales que regulen cada vez más al sistema de partidos y electoral.

En cuanto al marketing político y los medios de comunicación es necesario renunciar al spot como el único vehículo de transmisión de mensajes electorales y abrir espacio en la ley a nuevos formatos de comunicación, que den paso a campañas más sustanciosas y programáticas, tales como los programas de debate.

Se debe establecer además con mayor precisión en la ley las conductas permitidas y prohibidas en la transmisión de propaganda en radio y televisión, cuando se refiere a contenidos o mensajes transmitidos fuera de los spots pautados por el IFE

Otro tema que surge como contrapeso para los medios de comunicación es la necesidad de desarrollar la regulación sobre el derecho de réplica y el artículo 134 constitucional, un elemento muy importante si se toma en cuenta la influencia que ejercen los noticieros sobre la información que aportan hacia la sociedad.

Sin embargo, dado los resultados que se obtuvieron en las elecciones intermedias del 2009 es innegable afirmar que pese a los avances mostrados es necesario revisar y corregir las deficiencias reglamentarias, en especial en el Reglamento de Radio y Televisión en materia electoral y en el Reglamento de Quejas, para sintonizarlos plenamente con el modelo de comunicación trazado en la Constitución y la ley, otorgarle mayor precisión y dinamismo y facilitar la administración de los tiempos.

BIBLIOGRAFIA.

- Becerra Chávez Pablo Javier. La reforma electoral 2007. FEPADE Difunde, Número 15, enero-junio de 2008, publicación semestral, editada por la Procuraduría General de la República.
- Duverger Maurice. Los partidos políticos, Fondo de Cultura Económica, México, 1957.
- Enrique E. Sánchez Ruiz, "Cultura política y medios de difusión: Educación informal y socialización" México 2002.
- Espino-Sánchez, Germán. La transformación de la comunicación política en las campañas presidenciales de México. Convergencia. Revista de Ciencias Sociales, vol. 18, núm. 56, mayo-agosto, 2011 del Estado de México.
- Espino, Germán (2007), "El nuevo escenario de la comunicación política de las campañas presidenciales en México", Tesis para obtener el grado de doctor por la Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. Pág. 348 <http://www.tdx.cat/TDX-0229108-162816>
- Esteinou Madrid, Javier (2009), "El origen ético moral de la crisis del modelo de la economía basura", en Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y Comunicación, núm. 5, segundo semestre, Madrid, España.
- F. J. Bastida Freijedo. "Ley electoral y garantías judiciales", en Revistas de las Cortes Generales, n.º. 7, 1986.
- Gallardo Francisco. Los sistemas electorales. Fundamentos y alcances. España. 1991. Tesis de doctorado.
- G. O'Donnell, "Teoría democrática y política comparada", Desarrollo económico, vol. 39, núm. 156, enero-marzo 2000.
- Hans Kelsen, Teoría general del Estado, L. Legaz Lacambra(trad.), Ed. Nacional, México, 1979.
- Held, D. (2001, ed. orig. de 1996). El desarrollo de la democracia liberal: a favor y en contra del Estado. En D. Held, Modelos de Democracia (pp.), Madrid: Alianza.
- Ian Shapiro, Casiano Hacker-Cordón. Valores Democráticos, "Concepción de la democracia minimalista: una defensa", Cambridge University Press, Cambridge, 1999.

- J. A. Schumpeter. Capitalismo, Socialismo y Democracia. Harper Torchbooks, Nueva York, 1942.
- J. Malem, J. Orozco y R. Vazques (compiladores)“ el indebido monopolio constitucional-electoral de la Suprema Corte de Justicia”. La función judicial. Ética y democracia. Gedisa TEPJF-ITAM, Barcelona ,2003.
- J. R. Cossío, Cambio social y cambio jurídico, Miguel Ángel Porrúa, México,2001, caps. IV y V.
- La Palombara, J./Weiner, M. (Comps.): Political Parties and Political Development, Princeton University Press, Princeton, 1966.
- L. Diamond. Developing, Democracy Toward Consolidation, The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1999.
- L.Ferrajoli. “Jurisdicción y Democracia”, en M. Carbonell, H. Fix-Fierro y R. Vazquez (compiladores), jueces y derecho. Problemas contemporáneos. Porrúa-UNAM, México, 2004.
- Luis Salazar, José Woldenberg. Principios y valores de la democracia, DE LA SOBERANIA POPULAR A LA DEMOCRACIA. Cuadernos de divulgación de la cultura Democrática.
- Malamud Andrés. Partidos políticos. En Introducción a la Ciencia Política, Julio Pinto (compilador), Eudeba, Buenos Aires, 2003.
- Namibia Institute for Democracy (s/f), Democracy and You: A Guide to Better Understanding, Windhoek.
- Núñez Arturo. El nuevo sistema electoral mexicano. Editorial FCE. , México 1994
- O. Bachof. Jueces y constitución, Civitas, Madrid, 1985, trad.esp. de R. Bercovitz.
- Organization for Economic Cooperation and Development, A New Economy? The Changing Role of Innovation and Information Technology in Growth, OECD, Paris, 2000.

- Origel, M. , “Los spots, factor esencial del marketing político”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 180, septiembre-diciembre, México, 2000 Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pablo Arredondo R. y E. Sánchez Ruiz, *Comunicación social, poder y democracia en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1986.
- Philippe Schmitter y Terry Lyn Karl, "What is democracy ... and is not", en Larry Diamond y Marc Plattner (eds.), *The Global Resurgence of Democracy*, Baltimore y Londres, The John Hopkins University Press.
- *Revista Mexicana de Sociología*, año 65, núm. 3, julio-septiembre, 2003, México, D. F.
- Revueltas, Andrea (2009), “Antecedentes históricos de la crisis política actual”, en Ávalos Tenorio (coord.), *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, México, D.F.
- Ugalde, Luis Carlos, (01/08/2009), “La reforma regresiva”, en revista Nexos, núm. 380, Ciudades tomadas, México, D.F
- Rocha Menocal, Carolina. “El sexto candidato”, en La Revista, suplemento del periódico El Universal, 5 de junio, México 2006.
- Rospir, J. “La globalización de las campañas electorales”, en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J., *Democracia mediática y campañas electorales*, Madrid, Ariel Comunicación.
- Sánchez Ruiz Enrique. *Comunicación y Democracia*. IFE. México 2007.
- Sartori, Giovanni. *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid, Alianza, Segunda edición 1992.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, Ediciones Cal y Arena, México, 2001.
- Valdés Leonardo, *Sistemas Electorales y de Partidos*, IFE. 2008

- Valdez, Arturo, “La evolución de la mercadotecnia política en México”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 63, México, 2001.
- Vega, A. “El manejo de las emociones en las campañas presidenciales de 2000 en México y España”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 180, septiembre-diciembre, México 2000, Universidad Nacional Autónoma de México
- Villafranco Robles Citlalli. Características de la reforma electoral de 2007 en materia de financiamiento y medios de comunicación. FEPADE Difunde, Número 15, enero-junio de 2008, publicación semestral, editada por la Procuraduría General de la República
- W. F. Murphy, “constituciones, constitucionalismo y democracia”, en *Constitucionalismo & Democracia. Transición en el mundo Contemporáneo*, D. Greenberg, Oxford University Press, Nueva York, 1993.

HEMEROGRAFIA

Diarios nacionales:

El Universal

La Jornada

Milenio

Reforma

CONSULTAS ELECTRONICAS

www.ife.com

www.razonypalabra.com

www.tepif.com