



**Casa abierta al tiempo**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA  
UNIDAD IZTAPALAPA  
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

*“El comportamiento de los partidos políticos, medios de comunicación y autoridades electorales durante el proceso electoral federal de 2009 en México”*

COMUNICACIÓN IDONEA DE RESULTADOS, QUE EN SU MODALIDAD DE  
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DOCTORAL

P R E S E N T A

RAÚL FIGUEROA ROMERO

208380252

PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ESTUDIOS SOCIALES  
(LINEA PROCESOS POLÍTICOS)

DIRECTOR: DR. ALBERTO ESCAMILLA CADENA  
LECTORA: DRA. CITLALLI VILAFRANCO ROBLES  
LECTOR: DR. GABRIEL PÉREZ PÉREZ

IZTAPALAPA, D.F., JULIO 2010

## CONTENIDO

PREÁMBULO .....	4
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	5
INTRODUCCIÓN .....	5
TEMA.....	7
Objetivos particulares .....	11
HIPÓTESIS .....	11
PREGUNTAS .....	12
Otras preguntas que pueden coadyuvar: .....	13
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	13
JUSTIFICACIÓN.....	16
ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
Esbozo del contenido de cada capítulo .....	19
METODOLOGÍA .....	34
1) Marco teórico.....	34
2) Tipo de investigación: documental.....	38
3) Delimitación del objeto de estudio: .....	39
4) Fuentes documentales.....	40
5) Tipo de Estudio: Análisis de 3 casos.....	40
6) Actores centrales: .....	41

## Partidos políticos y medios de comunicación

---

7) Recopilación de fuentes de información: .....	41
Síntesis metodológica .....	42
BIBLIOGRAFÍA .....	43
REVISIÓN TEÓRICA.....	45
INTRODUCCIÓN .....	45
TEORÍA DE LA DEMOCRACIA.....	47
Calidad de la Democracia .....	53
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS .....	61
La televisión y la política.....	67
EL ENFOQUE DE LA DISCIPLINA DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA .....	74
HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO.....	82
El nacimiento de la televisión privada y Televisa.....	82
<i>La televisión estatal y Televisión Azteca</i> .....	83
ACCESO A MEDIOS EN AMÉRICA LATINA .....	96
CONCLUSIÓN .....	107
BIBLIOGRAFÍA.....	110

### **PREÁMBULO**

El propósito de este documento es presentar la idónea comunicación de resultados en su modalidad de “Proyecto de investigación doctoral”, estructurado con los elementos teóricos metodológicos pertinentes para la investigación que se pretende, y con los requisitos establecidos por el comité de la línea del posgrado para este tipo de proyectos. En este sentido, inicialmente encontrará el proyecto de investigación doctoral, con una breve introducción, enseguida la estructura del proyecto en sí mismo, empezando con el título, tema, objetivo, hipótesis, planteamiento del problema y finalmente una descripción de la estrategia metodológica para abordar el proyecto de investigación.

Posteriormente una exploración teórico conceptual sobre el primer capítulo del proyecto, es decir, una revisión de lo que se denomina estado de la cuestión; ahí mismo se inicia con otra introducción, propia del apartado específico, en donde se explica su contenido.

## PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

### INTRODUCCIÓN

El desarrollo de las campañas electorales de 2006 fueron las que propiciaron la reforma electoral de 2007/2008, pues con ésta se trataron de atender nuevas realidades, tales como: reducir tiempos y costos de campaña, y corregir la inequidad con respecto al acceso a medios de comunicación entre los partidos políticos, específicamente en televisión. Al mismo tiempo el peso de los medios de comunicación se incrementó, prueba de ello fue que en las elecciones de 2006 se constató que más de 80 por ciento del gasto de los partidos en campaña fue destinado a la compra de publicidad en los medios masivos de comunicación –incluido radio y televisión<sup>1</sup>–; en las que prevalecieron campañas negativas que empañaron el proceso electoral. Baste recordar los *spots* que utilizaron los tres partidos políticos más importantes del país (Partido Revolucionario Institucional –PRI–, Partido Acción Nacional –PAN–, Partido de la Revolución democrática –PRD–). El grado de denuesto que utilizaron para desacreditar al adversario, no tuvo antecedentes en la historia de México. Así pues, con la reforma se pretendió cambiar este escenario, cuya primera prueba de ensayo y error, fue la elección de 2009.

---

<sup>1</sup> Varios expertos han mencionado que con la reforma electoral sobre medios de comunicación, se ahorraron alrededor de \$3,500 millones de pesos, es decir, se evitó que se gastara dicha cantidad durante la campaña electoral del 2009, en lo que se refiere a publicidad y propaganda electoral en medios de comunicación, particularmente en radio y televisión. Horacio Jiménez, “Expertos ven desafíos contra reglas electorales”, en *El Universal*, martes 3 de febrero de 2009, [http://www.eluniversal.com.mx/politica/\\*242.html](http://www.eluniversal.com.mx/politica/*242.html) (consulta: 3-feb-09; 23:30 hrs.)

## Partidos políticos y medios de comunicación

---

Todo esto motivó que diversas fuerzas políticas y legisladores emprendieran un cambio radical para promover, durante las precampañas y campañas electorales, nuevas pautas de convivencia política entre partidos y medios de comunicación; con la finalidad de fortalecer las elecciones e instituciones electorales, dar certeza jurídica y legitimidad a los comicios, y por ende consolidar la democracia.<sup>2</sup>

Las áreas de la reforma que representan un mayor reto para las autoridades electorales (Instituto Federal Electoral –IFE–, y Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación –TEPJF–) son tres: a) lo referente al acceso a los medios electrónicos; b) la fiscalización de los recursos, y c) la resolución de quejas y conflictos. Puesto que en estas áreas se concentró lo más importante del contenido de la reforma, empezando por la Carta Magna en su artículo 41, asimismo de lo anterior se derivaron las nuevas facultades y atribuciones del IFE, estipuladas en el nuevo Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe). Este trabajo se centra en el primero y en el tercero de estos aspectos.

---

<sup>2</sup> Para el debate sobre la aprobación de la reforma, consúltese: el Diario de Debates del Senado de la República, del 12 de septiembre de 2007. Disponible en: <http://www.senado.gob.mx/diario.php?ver=busqueda>

### **TÍTULO**

“El comportamiento de los partidos políticos, medios de comunicación y autoridades electorales durante el proceso electoral federal de 2009 en México”

### **TEMA**

El comportamiento de las instituciones reguladoras, los partidos políticos y los medios de comunicación masiva, en particular las televisoras, con respecto al acceso, de los partidos y candidatos, a dichos medios durante el proceso electoral de 2009, bajo el nuevo marco legal aprobado en 2007.

La reforma electoral enfrenta realidades políticas concretas que no pueden soslayarse y que revelan problemas en su operatividad; por ello, evaluar su funcionamiento en las pasadas elecciones permitirá dar cuenta de qué tanto y cómo hemos avanzado en el fortalecimiento democrático, a través del nuevo modelo de relación establecido en la reforma entre partidos y medios de comunicación; y, sobre todo, las repercusiones sobre la política.

En la democracia, cuando de las reglas del juego se trata, lo que se busca es el consenso o la mayoría, la aprobación de los protagonistas principales, la seguridad de que dichos actores, al aprobar el nuevo marco normativo, se apegarán a ellas y las respetarán; es decir, todos

acatarán el marco legal. Sin embargo, durante el desarrollo de la contienda electoral de 2009 se observó que no sucedió de tal forma.<sup>3</sup>

En un sistema democrático, toda elección que pretenda ser democrática está obligada a observar cuatro principios importantes: imparcialidad, transparencia, equidad y legalidad. En las pasadas elecciones, para el caso de esta investigación, se vulneraron los dos últimos y, por tanto, la violación de esos principios afecta a la democracia y al estado de derecho. Dicha transgresión a estos principios, en cuanto a la letra de la ley se refiere, para la autoridad electoral, no del todo fue así, puesto que en casos diferentes que se presentaron durante las elecciones, emitió diversas consideraciones y criterios para ponderar los actos que presuntamente violentaron el marco legal y por ende los principios mencionados.

Dos ejemplos de esto último: en primer lugar, el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) entre los días 18 y 20 de marzo de 2009, tanto en Televisa como en TV Azteca, en canales de cobertura nacional, adquirió publicidad en la cual, sus legisladores hablaron sobre las propuestas legislativas presentadas en la Cámara de Diputados. Y, en segundo lugar, la transmisión de la entrevista realizada al candidato panista a jefe delegacional en Miguel Hidalgo, Demetrio Sodi de la Tijera, durante un partido de fútbol en el que habló de sus propuestas de gobierno, a lo largo de un minuto y veinte segundos aproximadamente.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Véase video sobre el foro organizado por El Colegio de México, denominado: “Las elecciones legislativas del 5 de julio 2009”, en la página del Colmex: <http://www.colmex.mx/videotech/2009/parte1/index.htm> (consulta: 20-oct-09; 02:50 hrs.)

<sup>4</sup> Ciro, Murayama, *Reforma para la consolidación democrática vs. Contrareforma desde el interés privado*, Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, p. 25 Disponible en Internet: <http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2679/6.pdf> (consulta: 25-dic-09; 20:40 hrs.)

Varios son los ejemplos que se pueden mencionar sobre el uso indebido de los medios de comunicación en la promoción de campañas políticas. Así, al momento de instrumentar el nuevo marco electoral, se evidenciaron sus fallas e insuficiencias que, por si fuera poco, las autoridades encargadas de aplicarla, también mostraron debilidades en los fallos emitidos, puesto que los criterios utilizados por ambas instituciones varían para un mismo caso, lo cual demuestra falta de unidad de criterios y consistencia en la interpretación y aplicación de la ley. Lo anterior tiene que ver con la solidez y profesionalismo de las instituciones especializadas que fueron creadas, o mejor dicho que se necesitan, en una democracia de corte procedimental y que México creó para dicha función, como el IFE y después el TEPJF.

En sentido más amplio, estamos hablando de la calidad de la democracia, que en una de sus dimensiones se refiere al análisis del estado de derecho, su respeto y apego al marco jurídico; es decir, un gobierno de leyes. Ahora bien, las instituciones que se crearon para fortalecer la democracia, en su sentido procedimental, tienen la característica de ser especializadas y profesionalizadas. Una forma de medir el desempeño de estas es mediante los productos que emanan de las mismas, en este caso, los productos sujetos a analizar serían: por un lado, las resoluciones del IFE; y por el otro, las sentencias del TEPJF. La revisión cualitativa de lo anterior permitirá conocer la solidez de la institución y el grado de profesionalización de sus integrantes, al revisar los argumentos plasmados en estos documentos.

### OBJETIVO

Analizar y explicar qué consecuencias tuvo para la democracia procedimental, el comportamiento de los medios de comunicación, los partidos políticos y las autoridades electorales (IFE y TEPJF) durante la elección federal de 2009, bajo el nuevo esquema legal derivado de la reforma de 2007. Lo anterior en relación con los casos de la transmisión en bloque de los *spots* al inicio de la campaña electoral por parte de las televisoras, la entrevista realizada al candidato del PAN a la delegación Miguel Hidalgo y los *spots* publicitarios del PVEM y de sus diputados.

Analizar las repercusiones sobre nuestro sistema democrático, del proselitismo que realizaron los partidos y los medios en el proceso electoral de 2009 en franca violación al marco electoral; además de aprovechar, los partidos y los medios, las fallas en la instrumentación y aplicación de la legislación por parte de las autoridades.

En otras palabras, cómo los procedimientos de los medios y los partidos repercuten negativamente sobre la democracia procedimental y sus instituciones, en un nuevo marco electoral; se trata de revisar cómo operó la reforma electoral. Los casos son un referente empírico para poder evaluar la instrumentación de la reforma. La repercusión negativa se puede apreciar en la falta de unidad de criterios en la aplicación de la ley por parte del IFE y del TEPJF.

### **Objetivos particulares**

- Clarificar los antecedentes inmediatos que impulsaron la reforma del 13 de noviembre de 2007 en materia electoral.
- Conocer las nuevas características del sistema electoral emanado de la reforma con respecto a la relación partidos-medios.
- Evaluar los resultados del proceso electoral de 2009 a partir de dicha reforma.
- Analizar los desacuerdos entre el IFE y el TEPJF con base en las resoluciones y sentencias emitidos por estos.
- Conocer las nuevas formas de propaganda realizada por los partidos y los candidatos en los medios, mediante el análisis de los casos seleccionados.
- Hacer una explicación acerca de la solidez y profesionalización de las instituciones creadas para el fortalecimiento de la democracia de corte procesal; y por ende inferir sobre la calidad de la democracia.

### **HIPÓTESIS**

A pesar de las limitaciones establecidas en la legislación electoral, los medios de comunicación y los partidos políticos actuaron más allá del margen de la ley durante el proceso electoral de 2009; a la vez que no hubo una efectiva aplicación de la norma por parte de las autoridades electorales, por la falta de certeza en dichas instituciones.

Muestra de lo anterior, fueron los innumerables procedimientos sancionatorios emprendidos por la autoridad electoral, en específico el IFE,

pues varios de ellos fueron impugnados por parte de los partidos políticos, después revocados por el TEPJF, el cual exhibió, según los criterios del Tribunal, los errores del IFE al sancionar o aplicar la ley a los diferentes actores de la campaña electoral, al grado de provocar tensión entre los integrantes de cada institución.

Lo anterior mostró, tanto en el IFE como en el TEPJF, una percepción de debilidad y falta de solidez para la opinión pública. Puesto que esta última y la academia, cuestionaron fuertemente los fallos emitidos por las autoridades electorales, con respecto al reto de aplicar la nueva ley electoral sobre todo en lo que concierne a los medios de comunicación, específicamente la televisión (Tv).

### **PREGUNTAS**

A partir de la reforma electoral de 2007 y su instrumentación en 2009 ¿hubo errores por parte de las autoridades electorales al aplicar la ley o fueron los vacíos de ésta, lo que aprovecharon los partidos políticos y los medios de comunicación para violentar el nuevo marco electoral?

¿La actuación de todos los actores en la elección del 2009, es decir, de los medios, los partidos, los candidatos, el IFE y el TEPJF, afectaron la democracia procedimental?; en el sentido de que todos ellos perjudicaron los principios de la democracia electoral, por ejemplo: equidad y certeza jurídica; aunado a una inconsistencia institucional.

¿En qué medida el Estado tiene la capacidad de regular a un poder fáctico, como las televisoras, partidos y candidatos, durante los procesos electorales a través del IFE, el TEPJF y su ley electoral?

### **Otras preguntas que pueden coadyuvar:**

¿Cuál fue el manejo de la propaganda electoral que hicieron los partidos y los medios para soslayar la ley?

¿La actuación de los partidos y los medios, debilitarán las instituciones electorales en aras de evitar ser sujetos del marco jurídico en tiempos electorales?

¿Cómo afecta éste comportamiento a la democracia y al estado de derecho?

¿Cómo se afecta a la calidad de la democracia, con respecto a los principios de equidad y legalidad?

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La actuación de los partidos políticos y los medios de comunicación, aunado a una nueva legislación electoral con lagunas, en donde las autoridades electorales encargadas de aplicar la ley demostraron inconsistencia y debilidades en su aplicación, permitió que los actores durante la contienda electoral tergiversaran el nuevo marco legal, afectaran la democracia

procedimental y trastocaran los principios de una elección democrática como la certeza jurídica y la equidad.

Desde la aprobación de la reforma, los propietarios de los medios de comunicación manifestaron su desacuerdo por ésta; arguyeron dificultades técnicas para programar la propaganda electoral. Así, al inicio del periodo electoral de 2009, las televisoras, en franco desafío a la nueva legislación, transmitieron los *spots* electorales en bloque e interrumpieron la programación habitual, lo que provocó descontento en la ciudadanía; aunado a una cortinilla donde hacían la aclaración que se debía al cumplimiento de la nueva ley electoral y por instrucciones del IFE; con esto pretendieron deslindarse del hecho y perjudicar a la autoridad electoral. La empresa de encuestas denominada Demotecnia, realizó un estudio al inicio de la campaña electoral para evaluar el impacto que tuvo este suceso en la ciudadanía, cuyo resultado fue en contra de la autoridad electoral.<sup>5</sup> Lo anterior fue un claro reto a la ley y, a su vez, un enfrentamiento entre el poder de las televisoras y la autoridad electoral.

Otro hecho importante fue el uso de obras o actividades gubernamentales o legislativas como propaganda electoral durante la campaña, bajo el alegato de la excepción a la prohibición estipulada en el artículo 228 del Cofipe, el cual menciona, *grosso modo*, sobre aquella publicidad de funcionarios que se permite con fines informativos; aunado al argumento de la rendición de cuentas.

---

<sup>5</sup> El resultado de la encuesta menciona que “la culpa en la interrupción de los eventos deportivos para transmitir *spots* fue del IFE y sólo ocasionó molestia entre los televidentes”. Disponible en: <http://www.demotecnia.com/Historico/09022009.pdf> (consulta: 22-may-09; 23:45hrs)

Asimismo, con respecto a la publicidad electoral en medios, tanto el PAN como el PVEM, disfrazaron la propaganda electoral mediante otros formatos no previstos en la ley o al menos no prohibidos expresamente; ejemplo de esto fue: la entrevista al candidato del PAN a la delegación Miguel Hidalgo en el Distrito Federal, Demetrio Sodi de la Tijera, en un partido de fútbol en el estadio CU, por alrededor de un minuto con veinte segundos.<sup>6</sup> Igualmente, el PVEM transmitió publicidad en medios a través de la revista TVyNovelas y actores de la empresa Televisa; lo mismo los legisladores de dicho partido.

Es importante tener en cuenta la naturaleza de los medios de comunicación, cuyo objeto y finalidad es el lucro, es decir, la utilidad económica. Si bien tienen una responsabilidad social establecido en la ley por el tipo de servicio que ofrecen, ésta sería secundaria puesto que su prioridad, como toda empresa mercantil, es la ganancia; asimismo, los medios poseen concesiones que el Estado otorga para la realización de un servicio, pero para que la iniciativa privada lo lleve a cabo necesita tener un incentivo, el cual éste consiste en el lucro. Por ello su prioridad es la utilidad y después lo social. Se puede decir que este último aspecto es lo que menos interesa; al menos así es para los propietarios de las dos cadenas de Tv más importantes de México (en el apartado histórico sobre la Tv en este país, se plasma esta situación de propia voz de sus propietarios). El análisis y explicación de éste aspecto es importante en términos de una relación entre la política, cuyo interés es público, y las empresas, de interés particular o privado.

---

<sup>6</sup> *Supra*, Ciro, Murayama, *op. cit.*

Otro asunto no menos importante está en la falta de unidad de criterios con respecto a la interpretación y aplicación de la normatividad por parte de la autoridad electoral (IFE y TEPJF); lo que provocó tensiones y serias diferencias entre los consejeros y los magistrados, y por ende generó incertidumbre.<sup>7</sup> La falta de unidad de criterios que se menciona se verá más adelante en el apartado de los casos seleccionados para analizar se expone un criterio interesante del TEPJF tomado del Magistrado González Oropeza.

### JUSTIFICACIÓN

Ya se tiene un referente empírico, la elección de 2009, para comprender la operatividad de la reforma electoral, y poder evaluarla en lo que se refiere a la relación partidos-medios bajo el nuevo esquema legal derivado de la reforma; se pretende dar cuenta de los procedimientos de los medios y los partidos en la contienda electoral. Así podremos saber si la forma en que actuaron los actores contribuyó o no a legalidad del proceso electoral de ese año, aunado a la instrumentación de la ley por parte de las autoridades.

Los resultados podrán ponderarse y someterse a un análisis detallado, para ver qué tanto cumplió la reforma con las expectativas para la cual fue hecha; es decir, después de ver cómo se realizó la propaganda y la publicidad política (en otras palabras, el proselitismo político) en las elecciones pasadas y la resolución de los problemas que se presentaron durante el proceso comicial podremos evaluar la eficiencia y eficacia del nuevo marco electoral, de los

---

<sup>7</sup> Ciro, Pérez Silva, “Errática y preocupante la actuación del TEPJF, señala observatorio ciudadano”, en *La Jornada*, viernes 22 de mayo de 2009, <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/> (consulta: 22-may-09; 22:20 hrs)

nuevos formatos publicitarios que se presentaron en el periodo electoral por parte de partidos y medios, y, desde luego, de las autoridades electorales.

Por lo anterior, cobra particular relevancia realizar un estudio como éste, en aras de contribuir con un análisis jurídico-politológico pertinente ante los problemas vistos durante este proceso electoral: un proceso político que nos afecta a todos y, que en materia jurídico-electoral, todavía sigue construyéndose y perfeccionándose sobre el ensayo y error. Asimismo, este trabajo también tiene la pretensión de verificar la consolidación y ampliación de la democracia en nuestro país.

La pertinencia de la investigación se debe a que el tema de la regulación en el acceso a los medios por parte de los partidos fue uno de los temas centrales de la agenda de reforma. Sin embargo, los medios y los partidos buscaron y encontraron, resquicios en la ley para tergiversarla o soslayarla, en términos jurídicos se cometió fraude a la ley; asimismo encontraron nuevas formas de hacer publicidad política en medios. Estos sucesos fueron cuestionados seriamente por la opinión pública y la sociedad civil, además de que la actuación de la autoridad electoral en la aplicación e interpretación del marco legal también fue seriamente cuestionada.

Los casos se han seleccionado, principalmente, por su relevancia con respecto a dos causas: 1) por el tratamiento e interpretación jurídica que se le dio en ambas instituciones (IFE y TEPJF), y su efecto sobre el andamiaje electoral sobre medios, derivado de la reforma de 2007 (algunos argumentos específicos se encuentran citados dentro del capítulo correspondiente de este escrito, por ejemplo, la interpretación del Magistrado Manuel González Oropeza) Y, 2) por la repercusión política que se suscitó entre ambas

instituciones durante el periodo electoral de 2009, puesto que en varios casos el TEPJF revocó las resoluciones del IFE, causando malestar entre los consejeros al grado de que estos manifestaron que se tendrían que aclarar los términos de las relaciones entre ambas instituciones; por ejemplo en el caso de Sodi, el cual los Magistrados Nava y Penagos, mencionaron la incongruencia entre el contenido de la resolución del IFE y lo que fue votado por el pleno del Consejo General de esa institución (en el capítulo respectivo se vierten algunas consideraciones al respecto); lo anterior no escapó a los medios que ventilaron dicha situación, desacreditando los dictámenes de IFE. Estas son las causas primordiales por las que fueron seleccionados dichos casos.

En otra tesitura los casos propuestos son relevantes con relación a los medios, puesto que la reforma en buena medida fue dirigida a evitar la superposición de estos en tiempos electorales, lo cual fue violentado. Esto es, la reforma, como se mencionó, se centro principalmente en los medios y el acceso a estos, y los casos están orientados en esta temática.

Considero que el ámbito propicio donde la Ciencia Política y el Derecho convergen enfáticamente es en el terreno electoral; es aquí donde ambas disciplinas se complementan y, más aún, pueden coadyuvar a una transición a la democracia más precisa, eficiente, clara y eficaz en su aplicación e interpretación de las reglas de la democracia, en el cual todos los actores puedan desenvolverse con libertad y legalidad, y así fortalecer el estado democrático y de derecho.

## ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN

Índice tentativo:

### **Introducción**

**Capítulo 1:** Democracia y Medios de comunicación.

**Capítulo 2:** El marco legal sobre el acceso de los partidos políticos a medios de comunicación durante los procesos electorales.

**Capítulo 3:** La compra de publicidad política por parte del PVEM y de sus legisladores (iniciativas pena de muerte, medicinas y revista TVyNovelas)

**Capítulo 4:** El caso del candidato panista, Demetrio Sodi de la Tijera, a la jefatura delegacional en Miguel Hidalgo.

**Capítulo 5:** EL desafío de las televisoras a la nueva legislación electoral.

### **Conclusiones**

### **Esbozo del contenido de cada capítulo**

**Capítulo 1:** Democracia y Medios de comunicación.

**Objetivo:** elaborar un marco teórico sobre el enfoque de comunicación y política, así como revisar legislaciones electorales de otros países del mundo para determinar los niveles de regulación estatal sobre estos actores.

#### **Preguntas del capítulo:**

¿Es necesario regular (controlar) a los medios de comunicación masiva, en especial a la televisión? ¿Por qué?

Los medios de comunicación, un actor necesario para la democracia, pero son ¿un actor sin controles?

- El capítulo debe responder a estas preguntas; su influencia en la política es de suma importancia puesto que, si no hay una adecuada regulación, éstos han demostrado hacerse demasiado poderosos.

- Este capítulo abre con el enfoque de comunicación y política. Y debe explicar teóricamente por que el Estado debe regular el comportamiento y la relación entre medios y partidos.

**Capítulo 2:** El marco legal sobre el acceso de los partidos políticos a medios de comunicación durante los procesos electorales.

**Objetivo:** Elaborar una revisión histórica reciente de la legislación electoral sobre el acceso de los partidos a los medios, así como explicar y analizar la reforma de 2007. El análisis de la legislación en cuanto a su contenido y revisar algunos posibles instrumentos de sanción. Asimismo ver las facultades y atribuciones de la autoridad electoral.

**Pregunta del capítulo:** El marco legal en torno a los medios de comunicación: sanción administrativa sin sanción coercitiva. Los vacíos de la ley y la falta de unidad de criterios para aplicarla por parte de la autoridad electoral ¿permiten que los actores tergiversen o soslayen la ley?

Los puntos a atender son:

¿Cómo y cuándo se ha reformado?

¿Por qué la reforma de 2007?

¿Qué se modificó y porqué?

Como hipótesis de trabajo asumiré una posición, *a priori*, sobre el contenido legal de la reforma, bajo el supuesto de que ésta contiene fallas e inconsistencias que permiten un sesgo interpretativo de todos los actores que intervienen durante la contienda electoral. Esto con el riesgo y reserva de retirar lo dicho una vez que haya realizado el análisis a fondo sobre el contenido, alcance e interpretación adecuada de la ley. Asimismo debo añadir que la reforma de 2007, tiene un tinte muy marcado por la coyuntura de la cual se derivó dicha modificación legal, y así han estado, en su momento varias reformas, sobre todo en materia electoral, pero no ha sido tan marcado como la del 2007. Por coyuntural me refiero a su forma cortoplacista, puesto que para la primera prueba de fuego que fue el periodo electoral de 2009, ya se piensa en reformarla nuevamente.

Como bien se sabe, todo tipo de legislación o mejor dicho la ley necesita de interpretación, sobre cuando ésta no es lo suficientemente clara y precisa; por ello la autoridad electoral se ve obligada a intervenir excesivamente en su interpretación y argumentación con la finalidad de resolver las controversias que le son interpuestas. Desde luego, no hay una ley perfecta, por eso en las democracias modernas se necesitan instituciones como las cortes y los tribunales constitucionales que se encargan de este tipo de controversias cuando se presentan, y si agregamos que si una legislación necesita la intervención de dichas instituciones para subsanarla, entonces se puede decir que es una ley defectiva o deficiente, y conlleva a que cualquier fallo que se emita, sea susceptible de suspicacias e interpretaciones que pueden terminar vulnerando la credibilidad y legitimidad de las instancias que intervienen; y a la inversa, cuando la participación de las cortes o los

tribunales es mínima, escasa o esporádica, es muy probable que la ley sea lo suficientemente clara y explícita como para dar pie a los sucesos del 2009; el cual el exceso de intervención ocasionó que la autoridad electoral fuera seriamente cuestionada.

El modelo normativo existente ofrece las suficientes garantías legales a los litigantes en caso de controversia o de violación al marco jurídico; no es necesario ser experto en materia electoral para saber que los conflictos desahogados en el IFE en primera instancia, terminarían en el tribunal; puesto que las partes en litigio una de ellas ganará y la otra lo contrario; este diseño legal casi nunca deja satisfechas a todas las partes.

Ahora bien, de forma particular y personal diré que el TEPJF se ve obligado a emitir sus fallos con base en una legislación con insuficiencias, lagunas, silencios y omisiones que a todas luces se antojan incompatibles con los principios democráticos y jurídicos. En este sentido se comparte la idea de Cansino, cuando menciona:

Cada vez que el Tribunal falla sobre asuntos controversiales, con base en una ley muy ambigua en sus contenidos e insuficientemente democrática en materia electoral, se corre el riesgo de crear jurisprudencia en aspectos incompatibles o contradictorios de origen con la democracia; es como edificar un nuevo piso normativo sobre uno ya de antemano mal cimentado, con el resultado lógico de desmoronarse estrepitosamente, cargándose a la propia democracia.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> César, Cansino, “Entre la democracia existente y la democracia posible. Controversias legales, ambigüedades normativas y vacíos jurídicos en el sistema electoral mexicano”. Ponencia presentada en el *II Seminario Internacional del Observatorio Judicial Electoral 2009*, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México, D.F., 16-18 de noviembre de 2009. p. 3.

Añadiré que los fallos que emite el TEPJF deben estar estrictamente apegados a derecho, de lo contrario violaría normas fundamentales y un principio básico que es el denominado ‘Principio de Autoridad’, el cual consiste en que toda autoridad, cual ésta sea, sólo puede hacer lo que la ley le faculta expresamente y no puede ir más allá. Así pues, sus sentencias deben ser de carácter legalista y jurídicista, por ello asumo que es una obligación de dicha institución sujetarse al marco legal, aún cuando éste sea insuficiente y con fallas (aún con esta acotación, no quiere decir que esté exento de críticas). Ahondaré más sobre este asunto en el desarrollo del capítulo.

Por último, Woldenberg menciona que hay infracciones a la ley que si no se les ataja (casi) de inmediato difícilmente se pueden subsanar. En esos casos, la única vía para que la justicia sea tal es que sea expedita, porque su retraso deja una huella irreparable. Por ello, la reforma electoral del 2007 diseñó un “procedimiento especial sancionador” (pes) que intenta acelerar el desahogo de una queja de ese tipo, así como cuando se violen disposiciones en materia de radio y televisión, se realicen actos anticipados de campaña o de precampaña o los funcionarios públicos trastoquen la equidad en la competencia.<sup>9</sup>

Ese procedimiento especial somete al IFE a una presión especial. Porque a más tardar en 5 días debe resolver cada caso, lo que a su vez supone analizar la denuncia, “dictar el acuerdo de admisión o inicio, de desechamiento, de improcedencia o de incompetencia”, requerir información complementaria, determinar –si así lo juzga– medidas

---

<sup>9</sup> José, Woldenberg, “Calumnia y denigración”, Ponencia presentada en el *II Seminario Internacional del Observatorio Judicial Electoral 2009*, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México, D.F., 16-18 de noviembre de 2009. p. 6.

cautelares, emplazar al presunto infractor, realizar una audiencia en la que se presentan pruebas y alegatos, valorar las pruebas, formular una resolución, presentarla al Consejo General y que éste resuelva. Toda la tramitación está a cargo de la Secretaría Ejecutiva y la resolución debe ser del Consejo. Lo que obliga a la Secretaría a convertirse en un juez veloz de no pocos litigios entre partidos, y al Consejo a sesionar frecuentemente en periodos cortos de tiempo.

Para evitar lo anterior han sugerido, Woldenberg y Becerra, quitarle carga innecesaria al IFE, este último ha mencionado que la carga inédita no sólo enemista todos los días a los partidos con el árbitro electoral (en un pleito siempre hay uno que gana y otro que pierde y alguno maldice al IFE), sino que además se convierte en fuente permanente de disenso institucional al interior del Instituto y frente al Tribunal Electoral. Por todo eso y más, razonablemente, creo que los juicios sobre las quejas deben cursar fuera de reflectores, en órganos en los que no estén los mismos que se quejan o que son acusados y, por tanto, más imparciales, y elaborados por profesionales en la resolución de litigios. Ya que las salas regionales del Tribunal Electoral son permanentes, bien podrían ser ellas las depositarias de primera instancia de las controversias entre partidos, propiciando una certeza jurídica mayor y cancelando la tentación de convertir a la justicia electoral en un instrumento de la propaganda propia.<sup>10</sup>

Las consideraciones anteriores plasmadas se utilizarán en el sentido de que la reforma, como mencionaron los legisladores, dieron dientes al IFE para aplicar la nueva legislación, sin embargo, omitieron el detalle de que el IFE no es una instancia lo suficientemente de corte juricista para realizar el papel de

---

<sup>10</sup> Ricardo, Becerra, “Una reforma electoral con precisión (y sin lágrimas)”, en *El Universal*, sección Opinión. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/opinion.html> (Consulta: viernes 20-nov-2009; 23:55hrs.)

juez, a sabiendas de que como se menciona, es un árbitro, no necesariamente una institución juzgadora como el Tribunal. Tampoco es justificación de los errores de su actuación, como se verá a fondo en el capítulo, se ponderará su actuación y aplicación de la Ley. Por principio o de entrada, se comparten los planteamientos enunciados.

**Capítulo 3:** La compra de publicidad política por parte del PVEM y de sus legisladores (iniciativas pena de muerte, medicinas; revista TVyNovelas)

**Objetivo:** Analizar y explicar cómo el PVEM y los medios, encontraron nuevas formas de infringir la ley, haciendo interpretaciones de la misma y buscando los resquicios que ésta permite.

**Preguntas:**

¿Hay en los fallos del TEPJF contradicciones?

¿Las sentencias del TEPJF, cuando revocan las resoluciones del IFE, desacredita y perjudica a este último?

Para el análisis y estudio del presente caso, como punto de partida se delimitará la problemática a partir de la intervención de los poderes públicos (legisladores y grupos parlamentarios) y mediáticos (empresas publicitarias o concesionarias de televisión), que pretenden, beneficiar a un partido en una contienda electoral, conforme al texto, contexto y soluciones de los casos electorales como se ventilaron en las instituciones electorales. La libertad de expresión de los legisladores, grupos parlamentarios o empresas publicitarias o de medios de comunicación, permite la libre contratación, expresión y difusión de publicidad política, e incluso electoral, salvo casos de fraude a la ley

que implican supuestos en donde los partidos se benefician de manera arbitraria, fraudulenta o simulada, de una propaganda ilegal de terceros que eluden las reglas prohibitivas del modelo de comunicación política en las campañas electorales que pretende tutelar la equidad y la legalidad.

Los legisladores de la fracción parlamentaria del PVEM adquirieron publicidad política directamente con las televisoras, arguyendo que se trataba de la excepción marcada en el artículo 228, párrafo 5 del Cofipe, en relación con el artículo 134 constitucional, que establece que cuando se trate de informes de labores de funcionarios no se considerarán propaganda electoral; asimismo se transmitió por más de 20 ocasiones al día y en horarios estelares, el *spot* sobre la pena de muerte a secuestradores y violadores; en el cual la coordinadora de la fracción parlamentaria del verde, Gloria Ángela B. Lavara Mejía enfatizaba que se trataba de un informe de labores.<sup>11</sup> Sin embargo, el IFE decidió multar al PVEM con 9.5 millones de pesos por esos *spots* y, a su vez, no sancionó a las televisoras, toda vez que éstas alegaron haber vendido dichos espacios en el entendido del artículo 228 del Cofipe.<sup>12</sup>

En una breve y somera revisión a dicha sentencia es relevante la argumentación del Magistrado González Oropeza, miembro de la sala superior del TEPJF, sobre el disenso acerca del vínculo político que hay entre el partido y sus candidatos propuestos, puesto que dicho vínculo deja de existir en el momento en que los candidatos propuestos resultan electos y obtienen la condición de parlamentarios o de servidores públicos según sea el caso.

---

<sup>11</sup> Notimex, “IFE inicia procedimiento contra PVEM, Televisa y TV Azteca”, en *Milenio*, viernes 27 de marzo de 2009, <http://www.milenio.com/node/> (consulta: 27-mar-09; 20:35hrs)

<sup>12</sup> Jorge Octavio, Ochoa, “El IFE multa al PVEM con 9.5 mdp por *spot* de diputados”, en *El Universal*, lunes 30 de marzo de 2009, <http://www.eluniversal.com.mx/noticias.html> (consulta: 30-mar-09; 20:30hrs)

En su argumento, González Oropeza, apunta a que dicho cambio cualitativo con respecto a la relación entre el partido político y los funcionarios públicos incide en los *resultados* de su actuación; por ejemplo, en la decisión sobre una política pública, no cabría considerarla partidista sino nacional:

[...] una vez que el gobierno decide y determina las políticas públicas, éstas pierden su etiqueta “partidista” y se convierten en acciones del Estado, en razón de que en su configuración e implementación participan otras organizaciones del Estado: el congreso y la administración pública. [...] así el impulso de una política pública puede tener tintes partidistas, pero una vez instrumentada, la política deja de ser del partido” –(SUP-RAP-15/2009, págs. 258-259).

De lo anterior podemos desprender la diferencia en cuanto al razonamiento y argumentación de los magistrados y de los consejeros del IFE. En este mismo tenor en otras sentencias se emitieron los mismos criterios, en donde el grupo parlamentario del partido verde, en *litis*, no fue considerado como una extensión de éste en el congreso, aludiendo que la tarea principal es “la representación de la soberanía popular en la función legislativa, ejercida a través de sus diputados y senadores libres de pensar, opinar y decidir en la esfera de sus competencias” –(SUP-RAP-145-2009; SUP-RAP-75/2009 y SUP-RAP-82/2009, acumulados)–.

En el caso de la revista TVyNovelas, fueron multados el PVEM, Televisa y su editorial del mismo nombre, con cuatro, cuatro y cinco millones de pesos respectivamente, la multa más alta se debió a que la televisora hizo caso omiso de las medidas cautelares que notificó el IFE, para retirar el *spot*.<sup>13</sup> Con esto el PVEM, dicen especialistas, tuvo 427 impactos en canal 2, durante 17 días, el cual supone la cantidad de 23 *spots* diarios, cuando por concepto de prerrogativas le correspondían sólo ocho.<sup>14</sup> Lo anterior, infringe la ley flagrantemente, además de trastocar el principio de equidad en el acceso a medios durante la campaña; una de las razones básicas de la reforma.

El PVEM impugnó todos los resolutivos del IFE ante el TEPJF, el cual revocó sanciones, como el caso de los *spots* de los diputados del verde bajo el argumento de que se trataba de informe de labores; redujo sanciones que provocaron tensiones entre los integrantes de ambas instituciones. Estas tensiones no se hicieron esperar, puesto que la sociedad civil, en específico el Observatorio Ciudadano, enfatizó algunos errores erráticos del TEPJF, en donde encontraron contradicciones en sus fallos e incluso alejados de los principios democráticos;<sup>15</sup> sin olvidar los desatinos del IFE.

Los ejemplos enunciados del PVEM mostraron una forma diferente de realizar propaganda política en medios sin que directamente o flagrantemente se violara la ley, lo que incitó a otros actores a intentar lo mismo, y a su vez, a la autoridad electoral a realizar maniobras para evitar dichos actos. Ante esto se iniciaron los procedimientos sancionadores respectivos por parte del IFE

---

<sup>13</sup> Notimex, “Multa el IFE con 13 mdp a PVEM y Televisa por *spots* de Tv y novelas”, en *Milenio*, sábado 27 de junio de 2009, <http://www.milenio.com/node/> (consulta: 27-jun-09; 21:35hrs)

<sup>14</sup> Alonso, Urrutia y Fabiola Martínez, “Perfila IFE sanciones por 13 mdp por anuncios del PVEM en revista”, en *La Jornada*, jueves 25 de junio de 2009, <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/> (consulta: 25-jun-09; 19:55hrs)

<sup>15</sup> *Supra*, Ciro, Pérez Silva, *op.cit.*

con sus secuelas ante el TEPJF; las reacciones de la opinión pública y expertos también no se hicieron esperar, asimismo la actuación de la autoridad electoral mostró insuficiencias, irregularidades y falta de unidad en los criterios de aplicar el marco legal.

En general, el tratamiento diferenciado que dio la autoridad electoral (IFE y TEPJF) con respecto a los casos seleccionados, fueron seriamente cuestionados por la opinión pública y los expertos sobre el tema, por falta de unidad de criterios al aplicar la ley, las decisiones divididas en el pleno del consejo General del IFE, entre los magistrados del TEPJF, mostraron la falta de solidez de las instituciones del sistema democrático de nuestro país.

**Capítulo 4:** El caso del candidato panista, Demetrio Sodi de la Tijera, a la jefatura delegacional en Miguel Hidalgo.

**Objetivo:** Analizar, por un lado, los nuevos formatos para realizar publicidad política aprovechando los vacíos legales y, por el otro, la aplicación de la ley que hizo el IFE y el TEPJF sobre este caso. Esto es, analizar todo el proceso desde: a) el acto violatorio, b) la denuncia o el proceder de la autoridad electoral, c) la resolución y d) las consecuencias para la democracia procedimental, así como la repercusión política sobre las instituciones; deslegitimación y falta de certeza jurídica.

**Pregunta:**

¿Fue error del IFE aplicar erróneamente la ley o, en su papel estrictamente jurídico, el TEPJF cayó en excesos de interpretación? El análisis del caso debe responder esta pregunta.

La ley menciona la prohibición para que candidatos y partidos, *per se*, accedan a los medios de comunicación, únicamente se permite por medio del tiempo que administra y otorga el IFE. En otra entrevista, el candidato a la delegación, rechazó enfáticamente que ésta hubiera sido pagada, o que fuera un disfraz de *spot*, y afirmó que fue suerte y sólo aprovechó el momento.<sup>16</sup> Para otros, la aparición del panista en esa entrevista fue un acto de campaña en televisión que violentó la ley.<sup>17</sup> El IFE, en una votación dividida de los consejeros, decidió no sancionar toda vez que no encontró pruebas suficientes, para constatar o acreditar que la aparición de Demetrio Sodi mediante una entrevista en un partido de futbol, hubiere sido pagada.<sup>18</sup> La notoria división de los consejeros del IFE sobre la decisión de no sancionar, provocó la reacción de otros actores políticos (partidos y candidatos), puesto que mostró la falta de acuerdo y juicio (entendimiento en la forma de afrontar el tema) entre los encargados de sancionar el comportamiento, a todas luces irregular y hasta ilegal, de los actores políticos; la crítica por parte de la opinión pública y expertos en el tema no se hizo esperar en los medios impresos y radiofónicos.

Este asunto exhibió al IFE dejándolo mal ante la opinión pública; puesto que el TEPJF en sesión pública el 22 de julio de 2009, revocó la resolución del Consejo General del IFE por incongruencias entre lo que aprobó y lo que fue notificado a la partes; los magistrados Olimpo Nava y Esteban Penagos coincidieron en: “La incongruencia de la resolución es de tal magnitud, que más allá de la incongruencia interna o externa, sencillamente no corresponde

---

<sup>16</sup> Johana, Robles, “Panista niega que fuera una entrevista pagada”, en *El Universal*, lunes 25 de mayo de 2009, <http://www.eluniversal.com.mx/noticias.html> (consulta: 25-may-09; 21:55hrs)

<sup>17</sup> De la Redacción, “Demetrio Sodi hace campaña por televisión durante juego de futbol”, en *La Jornada*, domingo 24 de mayo de 2009, <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/> (consulta: 24-may-09; 21:55hrs)

<sup>18</sup> Francisco, Reséndiz, “El IFE no halla pruebas contra aparición panista en Televisa”, en *El Universal*, domingo 28 de junio de 2009, <http://www.eluniversal.com.mx/noticias.html> (consulta: 28-jun-09; 20:45hrs)

lo que se discutió, con lo que se votó y lo que se notificó; ni siquiera las partes involucradas saben lo que se votó al seno del IFE”. Aunado a esto, ordenaron al secretario ejecutivo del IFE al engrose con lo estipulado por el tribunal; por lo que en sesión del Consejo General del IFE, con una votación de 6 a favor y 3 en contra, determinaron que si bien se trataba de propaganda electoral, no se encontraron elementos para afirmar que la entrevista efectuada por la empresa televisiva durante la semifinal de futbol entre los equipos *Pumas* y Puebla fue pagada o pactada.<sup>19</sup>

Esta postura, que de momento podemos llamar superficial, nos permite responder a la pregunta del capítulo en concreto; sin embargo, haremos una revisión a fondo para saber si fue lo correcto o la presión institucional del TEPJF, la prensa, los partidos, candidatos y los medios, hicieron lo suyo para que dicha situación así concluyera.

**Capítulo 5:** EL desafío de las televisoras a la nueva legislación electoral.

**Objetivo:** Analizar la transmisión en bloque de las pautas electorales y de la cortinilla de advertencia que las televisoras pusieron al momento de transmitirlos, al igual la interrupción de la programación normal. Asimismo tomar en cuenta las encuestas sobre la reacción que tuvo el televidente sobre esto; y revisar si se transgredió el marco jurídico junto con el análisis de las resoluciones de la autoridad electoral.

**Preguntas del capítulo:**

---

<sup>19</sup> *La Jornada on line*, “TEPJF regresa a IFE resolución absoluta de Sodi y Televisa”, Notimex. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/> (Consulta: miércoles 22-junio-09; 23:35hrs.)

¿El reto de los poderes fácticos al realizar la interrupción de los programas y de la cortinilla, resultó favorable para ellos, y por ende, en detrimento de la autoridad electoral?

¿Los criterios y aplicación de la ley fueron consistentes y uniformes en ambas instituciones o hubo diferencias? ¿Cuáles y porque?

Se pretende analizar si la desobediencia, o dicho en otras palabras, el reto de las televisoras a la nueva legislación y a la autoridad electoral, trajo consigo un descrédito o deslegitimación para la autoridad electoral, puesto que hubo deficiencias en la interpretación y aplicación de la norma. Es decir, si bien, finalmente se sancionó a las televisoras, esto no quiere decir que no hubo serias diferencias entre el IFE y el TEPJF. La apertura de la campaña electoral en medios televisivos, fue la que marcó el principio de una serie de conductas irregulares por parte de los medios, en franco desacuerdo por la reciente reforma electoral, que provocó el enojo de la ciudadanía puesto que fue interrumpida la programación habitual para transmitir las pautas de proselitismo electoral.

En un inicio, el IFE no sancionó dicha conducta atípica de las televisoras, fue mediante una queja por parte de los partidos ante el TEPJF, que éste último ordenó al IFE, reabrir el caso y sancionar a las televisoras. Incluso el IFE se deslindó de la forma en que fueron transmitidos los *spots* al inicio del periodo electoral; aún cuando comentaristas de los medios informaron al público que la interrupción de la transmisión fue responsabilidad del IFE.<sup>20</sup> Ante este suceso, los partidos exigieron a las televisoras cumplir con la ley y no interrumpir los programas por la

---

<sup>20</sup> Alonso, Urrutia, “El IFE se deslinda de transmisión de spots durante programas de tv”, en *La Jornada*, lunes de febrero de 2009, <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/> (consulta: 2-feb-09; 23:55hrs)

transmisión de los *spots*; igualmente senadores vieron como un acto de mala fe por parte de las televisoras la transmisión de las pautas publicitarias electorales de esa forma, buscando desprestigiar tanto al IFE como a la reforma.<sup>21</sup> El impacto y relevancia sobre la autoridad electoral y en la sociedad, además del trato que se le dio en las instituciones encargadas de vigilar el comportamiento de los actores políticos en campaña y de aplicar el nuevo marco legal vigente, motiva la selección del caso.

**Conclusiones.** En este último apartado se expondrán los resultados del proceso de investigación, analizando de manera comparativa los tres estudios de caso.

---

<sup>21</sup> Fernando, Damián y Elena Michel, “Exigen partidos no cortar con el fut por los spots”, en *Milenio*, lunes 2 de febrero de 2009, <http://www.milenio.com/node/> (consulta: 2-feb-09; 22:35hrs)

### METODOLOGÍA

#### 1) Marco teórico

La corriente teórica sobre la democracia es básicamente del autor Robert Alan Dahl, en su libro “La democracia. Una guía para los ciudadanos”, específicamente la tercera parte de dicho libro denominada “Democracia Real”, de donde se desprende una pregunta esencial: ‘¿Qué instituciones políticas requiere una democracia a gran escala?’. Aquí el autor propone una serie de instituciones necesarias para una democracia, de las cuales, esta investigación retoma: las *fuentes alternativas de información*; que las describe de la siguiente forma: los ciudadanos tienen el derecho de solicitar fuentes de información alternativas e independientes de otros ciudadanos, expertos, periódicos, revistas, libros, telecomunicaciones y similares (p. 100). En este sentido he construido una serie de datos para operacionalizar la propuesta teórica del autor mencionado, en el ámbito de las televisoras específicamente, puesto que como fuente de información del ciudadano, la Tv está muy por encima de otras fuentes como pueden ser la radio o los periódicos, no sólo en México sino también en América Latina.

En esta tesitura de la Teoría de la Democracia, el concepto principal sobre ésta, a utilizar en este trabajo, es el denominado procedimental, el cual varios autores mencionan como mínima, minimalista, reducida, entre otras. En este caso, Joseph Alios Schumpeter la define de la siguiente manera: El método democrático es ese arreglo institucional para llegar a decisiones

políticas, en que los individuos adquieren el poder para decidir por medio de una lucha competitiva por el voto de las personas.<sup>22</sup>

Norberto Bobbio, por su parte, ofrece elementos significativos en su definición mínima de democracia: [...] caracterizada por un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establece quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos.<sup>23</sup> Asimismo en otro libro menciona: debe tomarse el término “democracia” en su sentido jurídico-institucional y no en su significado ético, o sea, en un sentido más procesal que sustancial. [...] como el conjunto de reglas cuya observancia es necesaria con objeto de que el poder político sea distribuido efectivamente entre la mayor parte de los ciudadanos, las llamadas reglas del juego, o el ideal en el cual un gobierno democrático debería inspirarse, que es el de la igualdad.<sup>24</sup>

Jürgen Habermas menciona que las democracias cumplen el mínimo procedimental necesario en la medida en que garanticen: *a)* la participación política del mayor número posible de ciudadanos interesados, *b)* la regla de la mayoría para las decisiones políticas, *c)* **los derechos de comunicación habituales** y con ello la selección entre programas diversos y grupos rectores diversos y *d)* la protección de la

---

<sup>22</sup> Giovanni Sartori, (1992), *Elementos de teoría política*, Alianza Editorial, Madrid, p. 47. También se puede encontrar la fuente directa de Joseph A. Schumpeter, (1943), *Capitalism, Socialism and Democracy*, United Kingdom, p. 243 y 269 disponible en: [http://books.google.com.mx/books?id=6eM6YrMj46sC&printsec=frontcover&dq=Joseph+A.+Schumpeter&source=bl&ots=tsEGmvVzdd&sig=pWm4f2w7x3QcCkT4QQFiqldw1M&hl=es&ei=AqKLS8fKJI\\_UsQOI\\_rSGAw&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=7&ved=0CB4Q6AEwBg#v=onepage&q=&f=false](http://books.google.com.mx/books?id=6eM6YrMj46sC&printsec=frontcover&dq=Joseph+A.+Schumpeter&source=bl&ots=tsEGmvVzdd&sig=pWm4f2w7x3QcCkT4QQFiqldw1M&hl=es&ei=AqKLS8fKJI_UsQOI_rSGAw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=7&ved=0CB4Q6AEwBg#v=onepage&q=&f=false) Cito: It means the method a nation uses for arriving at decisions. Equating "making decisions" to "ruling", we might then define democracy as rule by the people. [...] And we define: The democratic method is that institutional arrangement for arriving at political decisions in which individuals acquire the power to decide by means of a competitive struggle for the people's vote.

<sup>23</sup> Norberto Bobbio, (1986), *El futuro de la democracia*, FCE, México, p. 14-15.

<sup>24</sup> Norberto Bobbio, (2000), *Liberalismo y democracia*, FCE, Breviarios, México, p. 39.

esfera privada. Y agrega que la ventaja de esta descripción minimalista consiste en su carácter descriptivo, que comprende el contenido normativo de los sistemas políticos.<sup>25</sup>

Asimismo se utilizarán los enfoques conceptuales de la comunicación política y las diversas significaciones de los *mass media*, también llamados poderes fácticos. Estos últimos relacionados directamente con la política, específicamente en tiempos electorales y bajo un nuevo esquema legal. En este sentido se da cuenta de aquellos autores que consideran a la Tv como un vehículo de la democracia, y otros que dicen que ésta se ha convertido en un poder que pone en peligro a la democracia.

Ante la vasta literatura sobre comunicación política, se tomará la acepción de Rospir, el cual la define de la siguiente forma: “La comunicación política es un área interdisciplinar que tiene por objeto de estudio el papel de los medios de comunicación en el proceso político. Está centrada en narrar, estudiar y analizar cómo la política es comunicada y presentada por los políticos y los medios de comunicación a los ciudadanos”.<sup>26</sup> (En el desarrollo de la revisión del estado de la cuestión, se encuentran más conceptos y autores al respecto.

Ahora bien, en lo que a poderes fácticos se refiere, se utilizará la tipificación de Ferrajoli, quien los denomina *poderes salvajes* al considerar que estos se han convertido en el desafío de las democracias de nuestros días. En la tipología que ocupa este autor para nombrarlos así, coloca una gran

---

<sup>25</sup> Jürgen, Habermas, (2008), *Facticidad y validez*, Ed. Trotta, 5ª edición, Madrid, pp.380

<sup>26</sup> Juan Ignacio, Rospir, (2003), “Introducción a la comunicación política”, en: Salomé Berrocal (coord.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Ed. Ariel Comunicación, Barcelona, p. 21.

variedad de intereses y grupos de diversa índole, que amenazan la estabilidad de las instituciones y los estados; en su descripción ubica en primer lugar a la mafia, segundo la corrupción estatal, **tercero los poderes privados de carácter extralegal**, cuarto y último a los poderes públicos extralegales que se encuentran en las relaciones internacionales. De la tipología mencionada, nos interesa el tercero, el cual los describe como macro-poderes económicos que, ante la ausencia de límites y de controles legales, tienden a desarrollarse con dinámica propia condicionando fuertemente la esfera de los poderes públicos.<sup>27</sup>

Estos conceptos nos ayudaran a describir y ubicar el comportamiento de las televisoras durante la campaña electoral, bajo el nuevo esquema legal derivado de la reforma; asimismo estos conceptos están relacionados con el planteamiento teórico de las fuentes alternativas de información para los ciudadanos, enunciado por Dahl; el cual nos servirá para ubicar nuestro sistema democrático y sus fuentes de información; una vez ubicados, se describirán con la ayuda de otros conceptos de la Comunicación Política ya mencionados.

En la tesitura anterior, como complemento, se ocupará la noción de Raúl Trejo, el cual indica que la preeminencia que llegan a alcanzar los poderes fácticos es de dimensiones preocupantes, pues logran constituirse en fuerzas paralelas al poder político institucional, cuya influencia puede ser, en varias ocasiones, mayor a la de los partidos políticos o a la de los representantes de los ciudadanos. Las instituciones que existen, no han comprometido a todos los actores de la

---

<sup>27</sup> Luigi, Ferrajoli, (2000), *El garantismo y la filosofía del derecho*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, p. 128-129.

esfera pública, al menos no de la misma forma, en el cual hay poderes fácticos que crecen no siempre en beneficio de la democracia, sino al contrario; sobre todo cuando quedan al margen de la ley o cuando las leyes no son suficientes para acotarlos y cuando de ellos surgen abusos de diversa índole que van en contra del marco legal y de la institucionalidad, es entonces cuando esos poderes se convierten en salvajes, al estilo que enuncia Ferrajoli.<sup>28</sup>

Dentro de la revisión del estado del arte, se encuentran más acepciones que coadyuvan a un análisis sobre el objeto de estudio, como las de Popper, Sartori, entre otros.

### **2) Tipo de investigación: documental.**

Se basa en documentos de muy diversa índole, que pueden ser oficiales o no.<sup>29</sup> En este caso para la revisión de la teoría son documentos no oficiales; mientras que para el estudio de los casos seleccionados, se utilizarán documentos oficiales principalmente, tales como las resoluciones del IFE y las sentencias del TEPJF. También, como apoyo de investigación, en fuentes documentales secundarias como la hemerografía.

2.1) Método interpretativo y cualitativo: se van a revisar e interpretar documentos oficiales que permitan explicar e inferir sobre el objeto de estudio seleccionado. Generalmente se realizará en dos etapas: la primera de carácter general y exploratorio, con el propósito de conocer y tener información que proporcionan los elementos iniciales de elaboración del proyecto de

---

<sup>28</sup> Raúl, Trejo Delarbre, (2005), *Civilizar a los poderes salvajes*, p.134-136. Disponible en Internet: <http://mediocracia.wordpress.com/2005/12/19/poderes-salvajes/> (Consulta: domingo 11-febrero-2010; 23:10 hrs)

<sup>29</sup> Ana María, Fernández, Poncela, (2009), “La investigación social”, Ed. Trillas, México, p. 132

investigación; la segunda de forma pormenorizada y exhaustiva, incluso revisando datos e información para la realización de la misma.<sup>30</sup>

Este trabajo ya está en posibilidades de abordar la segunda etapa, por ello se han elaborado cuadros con datos específicos, asimismo se han agregado argumentaciones detalladas que corresponde a un análisis más exhaustivo y de fondo (en los estudios de caso por ejemplo).

El análisis de contenido consiste en el conjunto de procedimientos interpretativos de los textos revisados, cuyo objetivo fundamental es convertir fenómenos (es decir, en este caso, la conducta simbólica) en datos científicos, susceptibles de tener una significación dentro de una teoría, medición o cuantificación y cualificación.<sup>31</sup>

Esta técnica se utilizará en la interpretación de las resoluciones del IFE y las sentencias del TEPJF, para realizar una descripción objetiva, sistemática y cualitativa que permita explicar e inferir sobre el objeto de estudio sujeto a análisis.

### **3) Delimitación del objeto de estudio:**

3.1) Espacial: México. Si bien es cierto que esta investigación es sobre este país, no podemos olvidarnos del aspecto internacional, como contexto de interpretación y contraste más amplio que permita un análisis más desarrollado; ubicar a México en dicho contexto y encontrar hallazgos sobre el tema de investigación.

---

<sup>30</sup> *Idem.*

<sup>31</sup> *Ibid.* p. 141

3.2) Temporal: 2007-2009; desde la entrada en vigor de la reforma, su aplicación durante el desarrollo de las elecciones y hasta el término de estas en el 2009.

### **4) Fuentes documentales**

Primarias y oficiales: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Cofipe, Ley General de Medios de Comunicación; Ley Federal de Radio y Televisión; criterios jurisprudenciales, Reglamento de sanciones del IFE, resoluciones del IFE y sentencias del TEPJF.

### **5) Tipo de Estudio: Análisis de 3 casos.**

Se han seleccionado 3 casos, a saber: 1) La compra de publicidad política por parte del PVEM y de sus legisladores (iniciativas pena de muerte, medicinas y revista TVyNovelas); 2) La entrevista al candidato panista, Demetrio Sodi de la Tijera, a la jefatura delegacional en Miguel Hidalgo, en un partido de Fútbol, en el estadio CU; y 3) El desafío de las televisoras a la nueva legislación electoral.

A estos casos se les harán dos tipos de análisis e interpretaciones: una de corte político, sobre las decisiones de las autoridades electorales (IFE y TEPJF) y sobre todo su repercusión política de dichas decisiones; y la otra jurídica sobre las mismas instituciones; en ésta última se verá el modelo o el tipo de argumentación que hicieron al aplicar la ley. Asimismo se tomará la percepción o reacción que tuvo en su momento la opinión pública respecto a

estos casos, para ello se utilizará el seguimiento que se hizo sobre la fuente hemerográfica (4 periódicos específicamente: El Universal, La Jornada, Reforma y Milenio).

### **6) Actores centrales:**

- a) Poderes fácticos (televisoras)
- b) IFE
- c) TEPJF
- d) Partidos Políticos y
- e) Candidatos

### **7) Recopilación de fuentes de información:**

*¿Cómo se puede obtener la información?*

Tanto las resoluciones del Consejo General del IFE, como las sentencias del TEPJF, se pueden obtener en el portal web del IFE y del TEPJF, asimismo, en caso necesario, mediante la oficina de transparencia y acceso a la información de cada dependencia pública. En uno de los casos propuestos para su análisis, ya se cuenta con los documentos emitidos por ambas instituciones.

En cuanto a la legislación y la discusión parlamentaria de la reforma, para ver su exposición de motivos, la cual sirve para conocer el espíritu de la ley y para lo que fue hecha, también se obtienen de los portales de internet de dichas instituciones públicas.

### Síntesis metodológica

A manera de síntesis metodológica se presenta el siguiente cuadro en el que se exponen los conceptos jerárquicamente:

Conceptos	Democracia procedimental Comunicación Política Poderes fácticos Estado de Derecho
Variables	<b>Independiente:</b> Legislación <b>Dependiente:</b> Actores: Televisoras IFE TEPJF Partidos Candidatos
Indicadores	Resoluciones IFE Sentencias TEPJF

### BIBLIOGRAFÍA

- Bobbio, Norberto, (1986), *El futuro de la democracia*, FCE, México, p. 14-15
- Bobbio, Norberto, (2000), *Liberalismo y democracia*, FCE, Breviarios, México, p. 39
- Cansino, César, *Entre la democracia existente y la democracia posible. Controversias legales, ambigüedades normativas y vacíos jurídicos en el sistema electoral mexicano*. Ponencia presentada en el *II Seminario Internacional del Observatorio Judicial Electoral 2009*, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México, D.F., 16-18 de noviembre de 2009.
- Fernández Poncela, Ana María, *La investigación social*, Ed. Trillas, México, 2009. 233, pp.
- Ferrajoli, Luigi, (2000), *El garantismo y la filosofía del derecho*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, p. 128-129.
- Habermas, Jürgen, (2008), *Facticidad y validez*, Ed. Trotta, 5ª edición, Madrid, pp. 380
- Murayama, Ciro, *Reforma para la consolidación democrática vs. Contrareforma desde el interés privado*, Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, p. 25. Disponible en Internet: <http://www.bibliojuridica.org/libros/6/2679/6.pdf> (consulta: 25-dic-09; 20:40 hrs.)
- Rospir, Juan Ignacio, (2003), “Introducción a la comunicación política”, en: Salomé Berrocal (coord.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Ed. Ariel Comunicación, Barcelona, p. 21.

## Partidos políticos y medios de comunicación

---

Sartori, Giovanni, (1992), *Elementos de teoría política*, Alianza Editorial, Madrid, p. 47

Trejo Delarbre, Raúl, (2005), *Civilizar a los poderes salvajes*, p.134-136. Disponible en Internet: <http://mediocracia.wordpress.com/2005/12/19/poderes-salvajes/>  
(Consulta: domingo 11-febrero-2010; 23:10 hrs)

Woldenberg, José, *Calumnia y denigración*, Ponencia presentada en el *II Seminario Internacional del Observatorio Judicial Electoral 2009*, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México, D.F., 16-18 de noviembre de 2009.

Seguimiento hemerográfico de los siguientes periódicos:

<http://www.eluniversal.com.mx/politica/>

<http://www.jornada.unam.mx/ultimas/>

<http://www.milenio.com/node/>

<http://www.reforma.com/nacional/>

Páginas como:

<http://www.senado.gob.mx/diario.php?ver=busqueda>

<http://www.colmex.mx/videotech/2009/parte1/index.htm>

<http://info5.juridicas.unam.mx/estrev/>

Empresas encuestadoras:

<http://www.demotecnia.com/Historico/09022009.pdf>

<http://www.parametria.com.mx/>

<http://www.isa.org.mx/>

<http://www.mitofsky.com.mx/>

# REVISIÓN TEÓRICA

## INTRODUCCIÓN

De acuerdo con los objetivos del proyecto de investigación, corresponde entregar una revisión del estado de la cuestión sobre el objeto de estudio, con una revisión de la teoría a utilizar en este trabajo, que incluya instrumentos de recolección de información que puedan ponerse en práctica inmediatamente después de obtener el grado de maestría. En este tenor, el presente documento contiene tanto una revisión teórica y empírica como una construcción de datos relacionados con el marco teórico e indicadores conceptuales, para todo esto se dedica el capítulo primero y parte del segundo.

Se inicia con una exploración de la teoría de la democracia, la cual servirá como soporte teórico del presente trabajo de investigación, en donde se aborda, como eje principal, la corriente realista o también llamada minimalista (o en su sentido procedimental<sup>32</sup>) de la democracia, desde Schumpeter y otros autores, tales como: Dahl, Sartori, Bobbio y varios más.

---

<sup>32</sup> A lo largo del documento indistintamente mencionaré *democracia procesal* y *democracia procedimental*; puesto que tienen la misma connotación. Me aventuraré, con la cautela debida, a definir *democracia procesal*, en un sentido que abarque tanto un aspecto jurídico, como el ya conocido aspecto politológico del mismo. Anexaré el vocablo procesal para referirme a aquella democracia que tiene una serie de pasos a seguir claramente especificados con fuerza y vínculo jurídico para llegar a un fin u objetivo establecido. Al mencionar procesal, me refiero al proceso completo que se observa en el derecho (éste abarca el procedimiento), es decir, una serie de actos que necesariamente tienen que acontecer, agotarse y vencerse para terminar el proceso completo, con un objeto, motivo y fin específico. También se puede llamar democracia procesalista y nos referimos a lo mismo.

En particular, la propuesta teórica de Robert Alan Dahl, resulta pertinente para los objetivos de esta investigación, ya que permite operacionalizar los conceptos que de ella se desprenden, aplicados al tema de investigación. Sin pasar por alto temas estrechamente relacionados como la calidad de la democracia.

Posteriormente, un apartado sobre los medios de comunicación de masas, en donde se describen a los medios, específicamente a las televisoras, y la relación entre estos y la política; después una revisión del enfoque particular que hace la disciplina de la Comunicación Política en relación al presente tema, se incluyen a Lasswell, Lazarsfeld, McQuail, Rospir, Ferrajoli, Delarbre, entre otros.

Por último, un breve recuento histórico sobre la Tv en México, en donde se da cuenta del surgimiento del duopolio televisivo existente. Asimismo una breve semblanza sobre el acceso a los medios de comunicación masiva para los partidos en América Latina y tener un panorama más amplio sobre el tema en la región, el cual se revisan cuatro países de la zona, los más influyentes y desde luego México.

### TEORÍA DE LA DEMOCRACIA

La teoría acerca de la democracia es muy amplia; por ello, en este trabajo se entenderá por democracia una acepción restringida o acotada, como la democracia procedimental o teoría competitiva de la democracia como la llama Sartori. Varios autores, como se mencionó en el primer apartado de este documento, la llaman minimalista, realista o procedimental. Esta última se debe a la clásica definición del economista de origen inglés Joseph Alios Schumpeter.

Schumpeter enuncia una aproximación al concepto de democracia: El método (democrático) es el que usa una nación para llegar a la toma de decisiones: son reglas para el pueblo; aunque reconoce que estas son insuficientes. Más adelante define de la siguiente forma: El método democrático es ese arreglo o mecanismo institucional para llegar a decisiones políticas en las que algunos individuos adquieren el poder para decidir, por medio de una lucha competitiva por el voto de las personas.<sup>33</sup> A esta acepción que a la postre se le denominó como procedimental, varios teóricos dentro del campo de la Ciencia Política, realizan abundantes investigaciones a este tipo o categoría de la democracia.

---

<sup>33</sup> Giovanni, Sartori, (1992), *Elementos de teoría política*, Alianza Editorial, Madrid, p. 47. También se puede encontrar la fuente directa de Joseph Alios, Schumpeter, (1943), *Capitalism, Socialism and Democracy*, United Kindom,, p. 243 y 269 disponible en: [http://books.google.com.mx/books?id=6eM6YrMj46sC&printsec=frontcover&dq=Joseph+A.+Schumpeter&source=bl&ots=tsEGmvVzdd&sig=pWm4f2w7x3QcCkT4QQFiqldw1M&hl=es&ei=AqKLS8fKJI\\_UsQOI\\_rSGAw&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=7&ved=0CB4Q6AEwBg#v=onepage&q=&f=false](http://books.google.com.mx/books?id=6eM6YrMj46sC&printsec=frontcover&dq=Joseph+A.+Schumpeter&source=bl&ots=tsEGmvVzdd&sig=pWm4f2w7x3QcCkT4QQFiqldw1M&hl=es&ei=AqKLS8fKJI_UsQOI_rSGAw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=7&ved=0CB4Q6AEwBg#v=onepage&q=&f=false) Cito: It means the method a nation uses for arriving at decisions. Equating "making decisions" to "ruling", we might then define democracy as rule by the people. [...] And we define: The democratic method is that institutional arrangement for arriving at political decisions in which individuals acquire the power to decide by means of a competitive struggle for the people's vote.

Ahora bien, el soporte teórico de esta investigación es Robert Alan Dahl, quien inicia con una definición que retoma de Aristóteles para después elaborar y ahondar en su propuesta teórica de la que desprenderá lo que denomina poliarquía:

La democracia más pura es aquella que se llama así principalmente por la igualdad que prevalece en ella: ya que es ésta la que dirige la ley en ese estado; los pobres no deben estar bajo mayor sujeción de los ricos; ni el poder supremo debe estar conferido a alguno de los anteriores, sino que ambos lo deben compartir. Si como algunas personas suponen, la libertad y la igualdad se han de encontrar principalmente en una democracia, debe ser así porque cada ministerio del gobierno está abierto de la misma manera para todos; pero como el pueblo está en la mayoría, y lo que ellos votan es la ley, se deduce que un Estado con esas características debe ser una democracia.<sup>34</sup>

Entiende por poliarquía al orden político que se singulariza por la presencia de siete elementos, todos los cuales deben estar presentes para que sea posible clasificar un gobierno como poliárquico; a su vez, dice que se requieren para que se dé una democracia a gran escala, de los cuales sólo se plasma el que interesa analizar como objeto de estudio:

1. [...].
2. [...].
3. [...].
4. [...].
5. [...].
6. **Variación de fuentes de información. Los ciudadanos tienen derecho a procurarse diversas fuentes de información, que no sólo existen sino que están protegidas por la ley.**
7. [...].<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Robert, Alan, Dahl, (1998), *Un prefacio a la teoría democrática*, editorial Gernika, tercera edición, México, p. 51

<sup>35</sup> Robert, Alan, Dahl, (1992), *La democracia y sus críticos*, ediciones Paidós, Barcelona, p. 266-267 (También, del mismo autor, véase: *La democracia una guía para los ciudadanos*, Taurus, Madrid, España, 1999, p. 99-100)

Este autor menciona, que en una democracia a gran escala, para tener la oportunidad de manifestar sus preferencias se requieren los 7 elementos o instituciones antes enunciadas. Sin duda resulta indispensable la vigencia de todos los elementos enumerados y en México existen todos ellos; sin embargo, para los objetivos de este proyecto, el estudio se enfocará a realizar el análisis sobre la existencia de las diversas fuentes de información que hay en este país, pero solamente en lo que respecta a la televisión; puesto que ésta, como fuente de información del ciudadano sobre los asuntos públicos es la más importante, la de más credibilidad y la de mayor porcentaje de penetración en la población; más adelante se presentan datos y gráficos que demuestran lo que aquí se menciona.

También apunta que, el gobierno democrático se caracteriza fundamentalmente por su continua aptitud para responder a las preferencias de sus ciudadanos, sin establecer diferencias políticas entre ellos. Reserva la utilización del término democracia para designar el sistema político entre cuyas características se encuentra la disposición a satisfacer entera o casi enteramente a todos sus ciudadanos.<sup>36</sup>

Asimismo dentro de la teoría democrática de corte procesalista, toda elección que pretenda ser democrática está obligada a observar cuatro principios importantes, a saber: imparcialidad, transparencia, equidad y legalidad. Dentro de la propuesta planteada por Robert Alan Dahl, están incluidos estos principios, los cuales se someterán a un análisis empírico, por medio de los estudios de caso seleccionados para la investigación y corroborar el aspecto teórico y el empírico de dicho autor.

---

<sup>36</sup> Robert, Alan, Dahl, (1993), *La poliarquía. Participación y oposición*. Ed. REI, México, p. 13

Ahora bien, en el mismo sentido de democracia procesal, Bobbio ofrece elementos significativos en su definición mínima de democracia, a saber: [...] considerarla caracterizada por un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién está autorizado para tomar las decisiones colectivas y bajo qué procedimientos. Asimismo, reconoce que, no basta la distribución del derecho para participar directa o indirectamente en la toma de decisiones colectivas para un número muy alto de ciudadanos ni la existencia de reglas procesales como la de mayoría (o en el caso muy extremo de unanimidad).<sup>37</sup> Igualmente considera que debe tomarse el término “democracia” en su sentido jurídico-institucional y no en su significado ético, o sea, en un sentido más procesal que sustancial. Es indudable que históricamente “democracia” tiene dos significados preponderantes, por lo menos en su origen, según si pone en mayor evidencia el conjunto de reglas cuya observancia es necesaria con objeto de que el poder político sea distribuido efectivamente entre la mayor parte de los ciudadanos, las llamadas reglas del juego; o el ideal en el cual un gobierno democrático debería inspirarse, que es el de la igualdad. Con base en esta distinción, se suele diferenciar la democracia formal de la democracia sustancial, en el sentido de una democracia como gobierno del pueblo de aquella democracia como gobierno para el pueblo.<sup>38</sup>

Estos postulados nos pueden ayudar a ponderar violaciones a los procedimientos establecidos por el derecho, con respecto a la actuación de los medios y los partidos durante la campaña electoral que a este proyecto interesan, es decir, si los actores electorales con su actuación durante las

---

<sup>37</sup> Norberto, Bobbio, (1986), *El futuro de la democracia*, FCE, México, p. 14-15.

<sup>38</sup> Norberto, Bobbio, (2000), *Liberalismo y democracia*, FCE, Breviarios, México, p. 39

elecciones de 2009 violentaron el marco jurídico, en el que se establecen procedimientos específicos; observaremos que también se vulnera el estado de derecho, que toda elección debe observar dentro de una democracia. Es menester aclarar que éste referente teórico sólo se utilizaría para sustentar, en caso de ser necesario, el aspecto legal. Puesto que esta definición contempla, explícitamente, la participación del derecho en una democracia.

Barber menciona que la democracia liberal occidental actualmente confía con fuerza en la política realista. Juntos, parlamentos y tribunales dictan instrumentos, sanciones e incentivos jurídicos con la finalidad de controlar los comportamientos de los sujetos, aunque no los alteran ni los transforman.<sup>39</sup> Lo anterior al relacionar sujetos con poderes fácticos, es decir, las televisoras, nos indica que se pretende un control sobre estos, pero no cambiar su naturaleza, únicamente intentan sujetarlos mediante instrumentos jurídicos; por ello la violación a las normas siempre es latente.

Otra acepción de democracia es la que Thompson llamó como “procesos de deliberación colectiva” sobre disputas de tema y valores fundamentales. Un mercado libre de ideas es vital para una democracia próspera. La diversidad de pensamiento y el respeto por el desacuerdo son sellos distintivos de los valores de libertad y justicia. Cuando múltiples puntos de vista son escuchados y expresados, el “bien común” prevalece sobre “intereses privados”.<sup>40</sup> En este sentido el conflicto ni puede ser evitado por la utopía anarquista ni con seguridad eliminado

---

<sup>39</sup> Benjamín, Barber, (2004), “Democracia Fuerte”, Ed. Almuzara Estudios, España, p. 72

<sup>40</sup> Dennis, Frank, Thompson, (1987), *Political Ethics and Public Office*, Cambridge, MA: Harvard University Press. p. 3 Traducción en: Robert E., Denton, Jr., *Op. Cit.* p. 93

por una autoridad represiva, en otras palabras, el conflicto deber ser tolerado.<sup>41</sup>

Por otra parte Jürgen Habermas menciona que las democracias cumplen cumplen el mínimo procedimental necesario en la medida en que garanticen: garanticen: *a)* la participación política del mayor número posible de ciudadanos interesados, *b)* la regla de la mayoría para las decisiones políticas, *c)* los derechos de comunicación habituales y con ello la selección entre programas diversos y grupos rectores diversos y *d)* la protección de la esfera privada. Y agrega que la ventaja de esta descripción minimalista consiste precisamente en su carácter descriptivo, que comprende el contenido normativo de los sistemas políticos. Y en este sentido es el Estado democrático quien tutela: la garantía de los principales derechos de libertad, existencia de varios partidos en competencia entre sí, elecciones periódicas mediante el sufragio universal, decisiones colectivas o pactadas o tomadas sobre la base del principio de la mayoría; y en todo caso siempre tras un libre debate entre las partes o entre los aliados de una coalición gubernamental.<sup>42</sup>

Todos los señalamientos anteriores sobre estos autores acerca de la democracia, nos ayuda a describir las características de un sistema democrático en general, el cual para el caso de este país podremos observar su estado o su forma de acuerdo con estos postulados teóricos. En este sentido, situar a los medios en la dinámica democrática nos ayudará a describir e inferir su funcionamiento en la sociedad democrática. En una relación intrínseca entre los medios y la democracia en la política como la que se desenvuelve en las sociedades modernas con sistemas democráticos estables, cuando las reglas del juego cambian y afectan, según la posición e intereses de

---

<sup>41</sup> Benjamín, Barber, (2004), *Op. Cit.* p. 75

<sup>42</sup> Jürgen, Habermas, (2008), *Facticidad y validez*, Ed. Trotta, 5ª edición, 2008, Madrid, pp. 380.

los actores en disputa, los medios ahora cobran mayor importancia puesto que ahora son un actor más en la política y con intereses propios. El enfoque de la Comunicación Política nos ayudará a describir esta relación.

### **Calidad de la Democracia**

La definición minimalista de la democracia generalmente aceptada por los estudiosos del tema, sigue siendo de corte procedimental, y de igual forma hay un amplio consenso en la vigencia y validez de los elementos estipulados por la teoría de Robert Alan Dahl, tales como: sufragio universal, elecciones frecuentes, libres, imparciales y competitivas, pluralismo político, constitución de asambleas legislativas, cargos públicos electos, así como la existencia de varias fuentes de información. La relación y la diferencia entre la democracia ideal y la democracia existente pueden estar en la calidad de ésta; con la finalidad de aspirar al ideal. La teoría de la democracia actual debate sobre la calidad de ésta, y sobre todo, en determinar cuáles serían los factores que se deben considerar para realizar su medición, de tal forma que sea significativo y factible.

La democracia, como hemos visto, es un concepto que puede definirse de muy diversas formas de acuerdo al énfasis que se le dé a sus componentes; actualmente la democracia tiene que ver con quién accede al poder, cómo accede a éste y cómo lo ejerce, esto es, en el sentido que la define Bobbio. Si consideramos lo anterior entonces estamos hablando de la democracia en su sentido procedimental y de lo

que se espera que se logre u obtenga de acuerdo a sus procedimientos como, más adelante se verá, lo propone Morlino. Esta concepción procesal incluye instituciones, reglas establecidas para el acceso y ejercicio del poder, un marco legal, un sistema electoral y mecanismo de toma de decisiones; ésta acepción es vertical de arriba hacia abajo.

De acuerdo con Leonardo Morlino, una democracia de calidad es aquella que presenta “una estructura institucional estable que hace posible la libertad e igualdad de los ciudadanos mediante el funcionamiento legítimo y correcto de sus instituciones y mecanismos”.<sup>43</sup> Asimismo añade que la democracia de calidad cuenta con una estructura institucional estable, en donde sus mecanismos funcionan correctamente y su legitimidad radica, por un lado, en el reconocimiento de los ciudadanos sobre sus instituciones y, por el otro, en su carácter de promotor y garante de libertad, igualdad y derechos de todos.

Este autor distingue tres niveles de calidad de la democracia: 1) calidad en términos de procedimiento, 2) calidad en términos de contenido y 3) calidad en términos de resultados. Ahora bien, hay otras acepciones sobre la calidad; por ejemplo, para Jáuregui los criterios para obtener la calidad de una democracia giran en torno a la congruencia entre legitimidad y eficacia.<sup>44</sup> Otra definición al respecto es la de Schmitter, el cual menciona que entre más una democracia posibilita que los ciudadanos, además de elegir a sus representantes, puedan sancionarlos, vigilarlos y exigirles que tomen

---

<sup>43</sup> Leonardo, Morlino, (2005), “Calidad de la democracia. Notas para su discusión”. En Revista *Metapolítica*, Num. 39, enero-febrero, p. 38-39

<sup>44</sup> Jáuregui, Gurutz, (1994), *La democracia en la encrucijada*, Anagrama, Barcelona, p. 33

decisiones de acuerdo a sus necesidades y demandas, ésta será de mayor calidad.<sup>45</sup>

La primera de las tres acepciones mencionadas arriba sobre la de la democracia considera principalmente los procedimientos del como reflejo de su calidad a partir del análisis del funcionamiento de instituciones; la segunda se enfoca en variables más valorativas de la democracia y la tercera, enfatiza el papel de los ciudadanos para medir la calidad de la democracia.<sup>46</sup>

La propuesta de análisis de la calidad de la democracia que interesa abordar es la de Morlino, así pues, brevemente se verá en qué consisten los tres niveles de análisis de este autor:<sup>47</sup>

**1) Calidad en Términos de Procedimiento:** significa que los propios ciudadanos tienen el poder de verificar y evaluar si el gobierno trabaja por los objetivos de libertad e igualdad de acuerdo al gobierno de la ley. Monitorean la eficiencia de la aplicación de las leyes vigentes, la eficacia de las decisiones tomadas por el gobierno, la responsabilidad y la rendición de cuentas políticas de los gobernantes electos en relación con las demandas expresadas por la sociedad civil. Las esferas procedimentales de la calidad democrática son el Estado de Derecho y la rendición de cuentas.

*Estado de Derecho:* además del reforzamiento de normas legales, el término se refiere al principio de la supremacía de la ley y supone al

---

<sup>45</sup> Philippe, C., Schmitter, (2005), “Las virtudes ambiguas de la mención de cuentas”, en Revista *Metapolítica*, Núm. 39, enero-febrero, pp. 61-75

<sup>46</sup> Mónica, Duhem, (2006), “La importancia de definir un concepto de la calidad de la democracia”, en Revista *El Cotidiano*, Núm. 140, noviembre-diciembre, año/vol. 21, UAM-Azcapotzalco, México, p. 59

<sup>47</sup> Leonardo, Morlino, (2005), *Op. Cit.* p. 37-53

## Partidos políticos y medios de comunicación

---

menos la capacidad para hacer que las autoridades respeten las leyes y para tener leyes de dominio público, universales, estables y precisas no retroactivas, características fundamentales para cualquier orden civil y un requerimiento básico para la consolidación democrática, junto con otras otras cualidades básicas, tales como el control civil sobre el ejército y la independencia del poder judicial. Respecto a este punto, se identifican varias características clave para la calidad de la democracia:

- ✓ La igual aplicación de la ley a todos, incluyendo a las autoridades [todos los individuos son iguales ante la ley y ninguno está por encima de ella, incluso en el nivel supranacional];
- ✓ Ningún área ni nivel de gobierno debe estar dominada por el crimen organizado, [supremacía del Estado legal; la inexistencia de corrupción en las áreas política, administrativa y judicial; la existencia de una burocracia local, civil y centralizada que de forma competente, efectiva y universal aplique las leyes y asuma la responsabilidad en caso de algún error];
- ✓ La existencia de una policía efectiva, que respete los derechos individuales y las libertades garantizadas por la ley;
- ✓ El acceso igual y sin complicaciones de los ciudadanos al sistema de justicia en caso de demandas entre ciudadanos privados o entre éstos e instituciones públicas;
- ✓ Una rápida resolución de investigaciones criminales y de demandas civiles y administrativas;
- ✓ Independencia de los tribunales de justicia de cualquier influencia política; habilidad de las cortes para mantener firmes sus decisiones; supremacía de la Constitución, interpretada y defendida por una Corte Constitucional.

*Rendición de cuentas:* es obligación de los líderes políticos electos, responder por sus decisiones políticas cuando les es pedido por los ciudadanos electores u otros cuerpos constitucionales.

**2) Calidad en términos de contenido:** una democracia de calidad es aquella en la que los ciudadanos, asociaciones y comunidades que la componen disfrutan de libertad e igualdad. Por ello la importancia del respeto pleno de los derechos que se extienden para lograr un espectro de libertades e implementación progresiva de mayor igualdad política, social y económica, es esencial. Libertad e igualdad son los dos principales ideales democráticos, y es obvio que son centrales para una definición normativa de la calidad democrática. Existen derechos fundamentales que deben ser promovidos en el interior de una democracia para alcanzar libertad e igualdad o solidaridad.

**3) Calidad en términos de resultados:** se trata de un régimen ampliamente legitimado, que satisface completamente a los ciudadanos. Cuando las instituciones tienen el completo apoyo de la sociedad civil, pueden alcanzar los valores del régimen democrático. Lo que se refleja en la reciprocidad o correspondencia de las decisiones políticas a los deseos de los ciudadanos y la sociedad civil en general.

En lo que respecta a las cinco dimensiones de variación, Morlino advierte que dos de ellas son de carácter procedimental, una concierne al resultado y las otras dos son de tipo sustantivo. En este orden son las siguientes: *a) Rule of law* o el respeto a la ley; *b) accountability* o rendición de cuentas; *c) responsiveness* o reciprocidad, es decir, la capacidad de respuesta que encuentra la satisfacción de los ciudadanos

y la sociedad civil en general; *d*) respeto pleno de los derechos que pueden ampliarse en la realización de las diversas libertades y, *e*) progresiva ampliación de una mayor igualdad política, social y económica.<sup>48</sup>

En resumen las cualidades que debe tener un sistema democrático para ser considerado como una “democracia de calidad” tienen tres características generales. Las características generales consisten en que: 1) se trata de regímenes que cuentan con una amplia legitimación y que, en esa virtud, son estables (se da una *calidad con respecto al resultado*); 2) los ciudadanos, las asociaciones y las comunidades que integran estos sistemas gozan de libertad e igualdad por encima de los mínimos (se da una *calidad con respecto al contenido*); y 3) los ciudadanos de una buena democracia tienen el poder de controlar y evaluar si el gobierno trabaja efectivamente por aquellos valores —igualdad y libertad— con pleno respeto a las normas vigentes (se da una *calidad con respecto al procedimiento*).<sup>49</sup>

Para la perspectiva jurídica, que se abordará en el capítulo dos de este trabajo, el punto que tiene un mayor interés es el del *Rule of law*. Según Morlino, como se ha visto, la buena democracia debe contar con un

*Rule of law* que tenga las siguientes características: *a*) la aplicación *erga omnes* del sistema legal, incluso en un nivel supra-nacional; *b*) la consecuente ausencia, incluyendo al nivel local, de áreas dominadas por organizaciones criminales; *c*) la ausencia de corrupción en los aparatos políticos, administrativos y judiciales; *d*) la existencia de una burocracia civil, central y local competente, eficiente y universal en la aplicación de las leyes, que además sea responsable en caso de error; *e*) la existencia de fuerzas de policía eficientes y respetuosas de los derechos y las libertades existentes y efectivamente garantizadas; *f*) el acceso igual y sin

---

<sup>48</sup> *Idem.*

<sup>49</sup> Mónica, Duhem, (2006), *Op. Cit.* p. 60-61

complicaciones de los ciudadanos a la justicia en caso de contencioso entre particulares o entre éstos y las instituciones públicas; g) una duración razonable del proceso penal y del contencioso civil o administrativo; h) la completa independencia del juez o del jurado respecto a cualquier influencia del poder político.<sup>50</sup>

La calidad puede estar vinculada a un procedimiento por el que un producto de calidad es el resultado de un proceso riguroso de acuerdo con un protocolo preciso, pero también lo está al contenido, es decir es inherente a las características estructurales de un producto, y finalmente tiene que ver con el resultado medido por el grado de satisfacción del usuario.<sup>51</sup> Asimismo hay una visión de la democracia donde se enfatiza más su capacidad de provocar la participación de la ciudadanía, de estimular debates y deliberación sobre las opciones que enfrenta un país o una comunidad, de proteger los derechos de los individuos y grupos marginales frente a los grupos de poder, de promover la justicia social. Esta perspectiva es diferente a la de una democracia configurada sobre los valores de libertad, igualdad política y el control sobre las políticas públicas y sus hacedores a través del funcionamiento legítimo y legal de instituciones estables.

Esta segunda versión, próxima a la conceptualización de Dahl, puede medirse en términos de su calidad si se satisfacen ocho dimensiones. Cinco de ellas tienen carácter procedimental y son: 1) el imperio de la ley, 2) la participación, 3) la competición, 4) la responsabilidad vertical y 5) la responsabilidad horizontal. Dos tienen

---

<sup>50</sup> Leonardo, Morlino, (2005), *Democracias y democratizaciones*, México, Cepcom, p. 265-266

<sup>51</sup> Manuel, Alcántara Sáez, (2008), "Luces y sombras de la calidad de la democracia en América Latina", en: *Revista de Derecho Electoral del Tribunal Supremo de Elecciones*, No. 6, segundo semestre 2008, San José de Costa Rica, p. 22

carácter sustantivo: a) respecto a las libertades civiles y políticas y b) la implementación progresiva de mayor igualdad política (y subsiguientemente subsiguientemente social y económica).<sup>52</sup>

Lo anterior es una breve revisión del tema sobre la calidad de la democracia, el cual puede coadyuvar para que la presente investigación contenga análisis diversos e incluso más elaborados. En este sentido, poder hacer puntualizaciones con respecto al respeto por el estado de derecho, por parte de todos los actores que intervienen en un proceso electoral dentro de la democracia; en otras palabras, el respeto de las reglas del juego o el *rule of law* y señalar la calidad de la democracia en este aspecto. Aunado al análisis del planteamiento teórico de Dahl, nos permita ahondar en nuestro nuevo sistema democrático derivado de la reforma de 2007. Esto no significa que nos desviemos del tema objeto de investigación para enfocarnos en la calidad de la democracia, sólo es un aspecto que se relaciona en buena medida, como se ha mencionado, con el planteamiento teórico de Dahl, que es la base de este trabajo.

---

<sup>52</sup> *Ibid.* p. 24

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

La historia de los medios de comunicación ha sido considerada como la historia de los procesos evolutivos del hombre, en cuanto al desarrollo de las sociedades se refiere. Es decir, los cambios y avance de los medios de comunicación han determinado la propia evolución y progreso de las sociedades en tiempos de la comunicación de masas. Después de descubrir la posibilidad de transmitir imágenes en movimiento a través del espacio, gracias a su descomposición en una serie de pequeños puntos luminosos que se transmiten en forma de impulsos eléctricos, el siguiente paso consistió en encontrar un aparato que realizara el proceso inverso, es decir, la recomposición de la imagen actuando de receptor.

Al combinar el sonido con la imagen y llegar a audiencias cada vez más amplias en forma audio visual, la televisión se ha convertido en un medio más persuasivo que la radio y, a su vez, ha reducido la importancia que tuviera ésta en épocas pasadas; asimismo ha desplazado, y continúa haciéndolo cada vez más, a la prensa escrita.

Debido al creciente auge de la televisión, en la víspera de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos comenzó a producir aparatos reproductores en serie. El 30 de abril de 1939 se inauguró la feria mundial en Nueva York, en la cual dio inicio de manera oficial la Tv comercial.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Adelaida del Carmen, Martínez Chapa, (2005), “La televisión como un medio alternativo en la educación no formal en México”, *Tesis de Maestría*, UNAM, México, p. 20

La capacidad de la Tv de penetrar en la intimidad, la convierte en un medio extraordinario al que es difícil colocarle barreras, pues atraviesa las estructuras de clases y de edades, la formación escolar, entre otras formas de estratificación social; penetra al interior de los hogares, conforma hábitos, orienta conductas (entre otras el consumo), y crea valores (por mencionar solo algunos factores), por lo cual no es sencillo conocerla en todas sus potencialidades.

En términos generales, la televisión como medio masivo de comunicación se ha convertido en el vehículo de propaganda por excelencia, es pragmático y consumista, el cual crea falsas expectativas, necesidades ficticias y un afán competitivo que muchas de las veces es malsano, puesto que su forma de operar es mercantilista, y esto se utiliza en el ámbito económico-empresarial; el cual se han utilizado de forma muy similar en la política, tratando al ciudadano sólo como consumista de productos (en este caso, considero, de ideas políticas).

El acceso a la Tv en muchos casos tiene como contrapartida una formidable censura, una pérdida de autonomía que está vinculada, entre otras cosas, a que el tema es impuesto; y sobre todo la limitación del tiempo en televisión impone al discurso tantas cortapisas que resulta poco probable que su contenido sea relevante o trascendente.<sup>54</sup>

Lasswell menciona que, en lo esencial, se les puede atribuir tres funciones a los medios masivos:

1. El control y la observación de los acontecimientos que ocurren en el mundo.

---

<sup>54</sup> Pierre, Bourdieu, (1997), *Sobre la televisión*, Ed. Anagrama, Barcelona, p. 18

2. La interpretación de los acontecimientos y
3. La socialización de las personas individuales en su respectivo entorno cultural.<sup>55</sup>

Graber añade una cuarta tarea: la de reflexionar sobre las manipulaciones en la política y sus comentarios. Por ejemplo, a través de los medios, el emisor (que puede ser un político en un discurso), llega a millones de telespectadores que, de esta manera, los medios sólo establecen una relación comunicativa, en esencia no cooperativa, es decir, unilateral, donde estos manipulan; por lo general, el receptor de la información no está en condiciones de comunicarle su opinión o interpretación al emisor.<sup>56</sup> Más adelante se verán puntos de vista al respecto, por ejemplo con Denton y Kaid.

Ahora bien, con el sufragio universal al inicio de los años cincuenta del siglo XX, la consolidación de los partidos de masas y el nacimiento de los llamados *Catch All Parties*,<sup>57</sup> el modelo de petición de voto se hizo fuertemente dependiente de los medios de comunicación. La prensa, la radio, el cine, empezaron a contemplarse como una fuerza estratégica indispensable para la realización de objetivos políticos. El poder que demostraron en la estrategia de la propaganda durante la Primera Guerra Mundial, la Revolución rusa, la llegada del fascismo en Italia y del nazismo en Alemania, impulsaron nuevos usos y una nueva concepción de los medios. La conciencia del poder de los medios de comunicación en el ámbito político se comprobó a

---

<sup>55</sup> Harold Dwight Lasswell, (1969), "The Structure and Función of Communication in Society", en Wilbur Schramm (edit.), *Mass Communications*, Urbana, p. 103

<sup>56</sup> María, Von Harpe, (1995), "La influencia de los medios masivos de comunicación en la política americana", en Josef Thesing y Wilhel Hofmeister, *Medios de comunicación, democracia y poder*, Konrad-Adenauer-Stiftung-Cidela, Buenos Aires, Argentina, p. 85

<sup>57</sup> Para el concepto y tipología de los partidos *Cath All*, véase: Otto Kirchheimer, (1974) "El camino hacia el partido de todo el mundo", en: Kurt Lenk y F. Neumann (eds.), *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*, Ed. Anagrama, Barcelona, pp. 328-347. (En este tipo de partidos la ideología pasa a segundo término, en aras de ir por un espectro del electorado más amplio y ganar elecciones. El uso de los medios se convirtió en una estrategia y herramienta importante para los objetivos de este tipo de partidos).

través de los nuevos canales y modalidades de comunicación que el propio poder político desarrolló para comunicarse con los ciudadanos.<sup>58</sup>

El recién creado vínculo entre medios de comunicación y mundo político, tiene su origen en la implantación y extensión masiva de la televisión como primer medio de información de los ciudadanos. Por ejemplo, el asesinato de John Fitzgerald Kennedy y el atentado contra Ronald Reagan, fueron del conocimiento para el 90 por ciento de la población a los 90 minutos de haber ocurrido; además, las encuestas han mostrado que para los estadounidenses la Tv es el medio masivo de mayor credibilidad.<sup>59</sup>

El reclamo de libertad de información para las diversas fuerzas políticas partidarias ha crecido constantemente con el proceso de desarrollo de la democracia. Dado que poco a poco la principal actividad de los partidos consiste, precisamente, en ganar elecciones y la misma supone un fuerte acceso a los medios de comunicación masiva, uno de los reclamos primarios refiere a la necesidad de poder acceder a los mismos. El político debe alcanzar a muy diversos sectores que, cada vez más difieren en sus intereses y formas de vida.

Los medios son un gran homogeneizador, pero también un segmentador. La Tv acerca a sectores sociales, de edad o de género más específicos, con los que se busca alcanzar a los diversos sectores sociales y estos están bajo el impacto de los efectos de la Tv que apuntan a crear opiniones, actitudes, especialmente hacia el consumo. Entre ese consumo también está el de las ideas o simpatías hacia partidos o más específicamente

---

<sup>58</sup> Juan Ignacio, Rospir, (2003), "Introducción a la comunicación política", en: Salomé Berrocal (coord.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Ed. Ariel Comunicación, Barcelona, p. 32.

<sup>59</sup> María, Von Harpe, (1995), *Op. Cit.* p. 87

sobre candidatos o dirigentes de los mismos. El gran medio masivo es la imagen que permite imprimir en el público imágenes que sientan las bases para una actitud de simpatía o rechazo. Esta primera manipulación simbólica se amplifica con la Tv y que a su vez seduce con la imagen y si el tiempo es mayor con argumentos.<sup>60</sup>

Algunos ejemplos al respecto: Generalmente se ha mencionado que la irrupción de la televisión en la política norteamericana (EUA), tuvo como fecha de inicio la campaña electoral de 1952. Sin embargo, dos décadas atrás, el 20 de septiembre de 1936 el periódico *The New York Times* publicó una noticia informando que los dos candidatos, Roosevelt y Landon, habían aparecido el día anterior haciendo campaña en televisión. La retransmisión fue tan satisfactoria, que no hubo duda de que después de ver a Roosevelt y Landon en la pantalla, las campañas políticas por televisión serían habituales en el futuro. En la campaña presidencial de 1948 –ya en la posguerra– Harry Truman grabó un *spot* publicitario en televisión pidiendo el voto.

En Inglaterra por su parte, hasta mediados de los años cincuenta, los partidos Conservador y Laborista acordaron mantener ausente a la televisión en las campañas. Francia, durante la V República (1958) introdujo un cambio fundamental en las campañas electorales para la selección directa del Presidente por los ciudadanos; es ampliamente conocido que el general Charles De Gaulle, en la primera vuelta de las elecciones, rechazó el uso de la televisión convencido de su carisma y su victoria. Sin embargo, esto no fue suficiente para alcanzar la victoria y tuvo que acudir a la segunda vuelta, esta

---

<sup>60</sup> Juan, Rial, (1999), “Medios de comunicación, partidos y elecciones. Una relación a construir”. Ponencia presentada en el *Seminario Internacional: ‘Partidos políticos, medios de comunicación y el proceso democrático’*, Instituto Federal Electoral, México, D.F., 3-4 de febrero de 1999. Disponible en: <http://www.ife.org.mx/documentos/AI/prial.htm> (consulta: 22-agosto-2009; 02:35 hrs.)

vez haciendo uso de la televisión.<sup>61</sup> Desde entonces los líderes y los partidos consideran a la televisión como una de las armas para asegurarse las batallas políticas.

Se puede observar que los políticos necesitan, cada vez más, de los medios para hacer llegar su mensaje o comunicarse con un grupo mucho más amplio de electores, puesto que el espectro de votantes con el sufragio universal aumentó considerablemente. Asimismo y sobre todo en los últimos 20 años,

[...] los vínculos tradicionales entre las clases sociales y los partidos políticos se han debilitado; al mismo tiempo ha incrementado la proporción de ‘votantes flotantes’ quienes no están firmemente comprometidos con un partido en particular. Hay algunas evidencias que sugieren que en las elecciones los votantes flotantes son más probables de ser influenciados por la cobertura de medios en tiempos de elección, más que los votantes comprometidos.<sup>62</sup>

Cualquiera que sea el impacto preciso de los medios de comunicación sobre la decisión electoral de los votantes, está claro que la existencia de los medios ha alterado la práctica electoral de candidatos y partidos políticos. Las elecciones se disputan sobre el terreno de los medios, los candidatos y partidos se basan cada vez más en la cobertura mediática de las campañas y de la política, con el fin de presentarse ante el electorado. Las elecciones se han convertido en acontecimientos mediáticos.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> *Ibid.* p. 36-38.

<sup>62</sup> John, B., Thompson, (2006), “The Media and Politics”, en Kate Nash and Alan Scott, (Editors), *The Blackwell Companion to Political Sociology*, USA, Blackwell Publishing, p. 178. [Traditional links between social classes and political parties have weakened. At the same time, there has been an increase in the proportion of ‘floating voters’ who are not firmly committed to a particular party. There is some evidence to suggest that the electoral choices of floating voters are more likely to be influenced by the media coverage of an election than the choices of committed voters.] (La traducción es mía; agradezco la ayuda de la Lic. Claudia W. Medina P., en las traducciones posteriores).

<sup>63</sup> *Idem.* [Whatever the precise impact of the media on the electoral choices of voters, it is clear that the existence of the media has altered the electoral practices of candidates and political parties. Elections are increasingly fought on the terrain of the media, as candidates and parties rely increasingly on media coverage

### La televisión y la política

Desde el punto de vista histórico, de acuerdo con Robert E. Denton, se dice que la Tv fue anunciada como el último instrumento de la democracia. Fue destinada a unir, educar y mejorar las acciones y decisiones de la política. No requiere de la capacidad de leer o escribir, está disponible en todo momento, de hecho se vende más tiempo al aire que comunicaciones interpersonales. Como recurso de información pública oportuna, provee de gran potencial para comprendernos, entender la sociedad y más aún al mundo. Marshall McLuhan (1964) predijo que la Tv llegaría a romper la barrera nacional y transformar el mundo en un “pueblo global”.<sup>64</sup>

En los años cincuentas la televisión mostró lo que la vida “podía ser”; en los sesentas reveló lo que la vida “debería ser”; en los setentas dejó ver lo que la vida “fue”; en los ochentas describió la vida “tal como fue”, dentro de un pasado idealizado y un futuro incierto; y en los noventas la Tv se convirtió en el vehículo directo de la democracia. Como noción de libertad se extendió hacia Europa del Este y a orillas del pacífico, y con la tecnología satelital llegó a ser el instrumento de unificación y definición social. Esto ha hecho que en cualquier lugar del

---

and campaigns in order to present themselves and their policies to the electorate. Elections have become media events.] (La traducción es mía).

<sup>64</sup> Robert E., Denton, *Jr.*, (2000), “Political communications ethics: an oxymoron?”, edited by Robert E. Denton, *Jr.*, Praeger publisher series in political communication, USA, p. 91. [Historically, television was heralded as the ultimate instrument of democracy. It was, as no other medium, destined to unite us, educate us, and, as a result, improve the actions and decisions of the polity. Television requires no special literacy. It is readily available. In fact, we spend more time viewing television than engaged in interpersonal communication. As a source of timely public information, it provides the greatest potential for understanding ourselves, our society, and even the world. Marshall McLuhan (1964) predicted that television would break down national barriers and transform the world into a “global village”] (La traducción es mía).

mundo y a cualquier hora se pueda tener acceso de forma casi instantánea a la Tv, razón suficiente para notar su presencia e influencia en la vida cotidiana.<sup>65</sup>

De igual forma es considerada como un poderoso instrumento de control, tanto de la opinión pública como de las actitudes del público. En Norteamérica (EUA) este medio ha llegado a ser un elemento y herramienta primaria en dos ámbitos: en la política y en el gobierno. Sin embargo, prevalece la pregunta: ¿la televisión nos da más y mejor información en cuanto a nuestras distintas opciones electorales, o nos ha hecho más democráticos en términos de participación electoral?<sup>66</sup>

Denton menciona que la *Teledemocracia* (como él la llama), socava la esfera pública, contribuye a extender el cinismo y la falta de participación política. Regularmente se le han atribuido numerosos males tanto sociales como políticos: reduce el voto, disminuye la participación política, los partidos políticos, abrevia el debate público, incrementa el simbolismo en lugar de resolver el problema del liderazgo, incrementa la desconfianza en el público en general, entre otros.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> *Idem*. [In the 1950s, television showed us what life “could be”. In the 1960s, it showed us what life “should be”. In the 1970s, it showed us what life “was”. In the 1980s, it portrayed life “as it was” in an idealized past and confronting an uncertain future. In the 1990s, television was to become the vehicle of direct democracy. As notions of freedom and liberty spread throughout Eastern Europe and the Pacific Rim and as satellite technology expanded and cable channels proliferated, television was became the instrument of unification and definition. The medium provides instant access to any event or to any location on the planet.] (La traducción es mía).

<sup>66</sup> *Idem*. [Television also serves as an instrument of power and control. To control content is to control public perceptions and attitudes. In America, television has become the primary medium and tool of booth political campaigning and governing. Whether television makes us more informed in our electoral choices or more democratic in terms of electoral participation?] (La traducción es mía).

<sup>67</sup> *Ibid.* p. 92. [Has teledemocracy undermined the integrity of the public sphere and contributed to widespread cynism and lack of political participation, The television has been attributed to numerous social and political participation, reduction of issue discussion to sound bites automatic reelection of incumbents, increased use of symbolic rather than problem-solving, strategies of leadership, and increased general public distrust and cynism, to name only a few.] (La traducción es mía).

Los medios de comunicación como parte del proceso democrático y por su papel en la organización y circulación de información y en la formación de opinión pública, hacen necesario que la calidad de su contenido sean considerados de vital importancia para la democracia. Un criterio de la calidad de información es la ética. El periodismo ético está basado en recoger noticias que sirvan al interés público y faciliten el proceso democrático.<sup>68</sup> En otras palabras, periodismo ético, calidad de información y adecuada circulación de ésta en la formación de la opinión pública, son fundamentales para la democracia. En este contexto, las noticias pueden funcionar como un órgano de control o revisión del poder político y de la autoridad; razón por la cual, la democracia demanda que la información sea verídica, lo suficiente para asegurar la igualdad de decisión.

La televisión especialmente se enfoca a animar personalidades más que temas abstractos, puesto que las personalidades sobresalen y son, en mayor medida, fáciles de comprender en comparación con los temas. La cobertura de este medio se enmarca en el contexto de un juego competitivo, en lugar de estar interesadas en las cuestiones fundamentales de la política y el liderazgo. Por ello se personaliza la política.

Las noticias seleccionadas destacan lo que es poco apetecible acerca de la política más que proporcionar un panorama completo de la

---

<sup>68</sup> *Ibid.* p. 95. [The media, as a part of the democratic process and their role in the origination and circulation of information and opinion, make the quality of that information and opinion of vital consideration. One criterion of quality is ethics. Ethical journalism is based on virtuous news gathering, serving the public interest, and facilitating the democratic process. Ethical journalism serves the public interest.] (La traducción es mía).

escena política.<sup>69</sup> Además, se puede añadir, con 20 ó 30 segundos que dura una noticia o un mensaje televisivo, poco se puede decir que sea relevante y de fondo sobre la política o los asuntos públicos.

La televisión ha tomado el control del proceso de las elecciones; influyen en quién es el líder, quién compite y quién es elegido dentro del juego de la democracia; también ha tomado el control no en el sentido de medir a los candidatos, sino como un instrumento de imagen. Debido a la naturaleza íntima de la Tv (como se ha mencionado), votar por el presidente ha llegado a ser algo personal como aprobar un padre, una tía o un tío favorito. Es fácil juzgar lo que vemos (una imagen muy controlada) y lo que experimentamos. Las campañas que actualmente se difunden no revelan la profundidad de los conocimientos o el entendimiento de los asuntos públicos. Los políticos usan los medios para confirmar en lugar de cuestionar o problematizar, para presentar en lugar de involucrar al público. Se puede argumentar que la Tv ha cambiado su naturaleza fundamental, estructura y función en una sociedad moderna.<sup>70</sup>

Lee Kaid menciona que con el fin de garantizar la toma de decisiones de forma racional de un electorado informado, se requiere la exposición y explicación de una amplia gama del espectro político. La publicidad política, particularmente en la Tv, es el mayor componente de tal información para el electorado. De esta información hay mucha publicidad política antiética,

---

<sup>69</sup> *Idem.*

<sup>70</sup> *Ibid.* p. 118. [The medium influences who is elected, the nature of presidency, and presidential leadership and the institution itself. Because of the intimate nature of television, voting for president has become something personal- like endorsing a father or a favorite aunt or uncle. It is easy to judge what we see (a very controlled image) and what we experience. Television has taken control not in the sense of measuring candidates but as the instrument of the image makers. Campaigns today no longer reveal the depth of issue knowledge or understanding. Political debate is more of an exchange of predictable “sound bites”. The background and experience of presidential candidates are less important than their ability to attract media support and public popularity.] (La traducción es mía).

particularmente donde los trucos tecnológicos se utilizan para engañar y confundir a los votantes. Para estos abusos el sistema legal, en naciones, ha buscado ofrecer buenos remedios mediante su regulación.<sup>71</sup>

Quienes se ocupan de la ética en la publicidad política, deberían también empezar a preocuparse por el surgimiento de nuevas como el Internet. Un mayor número de mensajes publicitarios serán difundidos por este medio, el cual se encuentra sujeto a un menor control. El internet ya está siendo utilizado por los candidatos, grupos de interés y proveedores de productos políticos comerciales como un medio para llevar los *spots* políticos y mensajes al votante. Aquí la habilidad para la transmisión instantánea supera a los medios tradicionales y las violaciones éticas potenciales son mayores. El momento de desarrollar métodos de control, supervisión y vigilancia es ahora.<sup>72</sup>

En política se ha visto que la publicidad en los medios masivos de comunicación ha cambiado el carácter de la lucha partidista, de las campañas políticas y del discurso político. Las campañas electorales son crecientemente negativas, donde la crítica, el descrédito o el

---

<sup>71</sup> Lynda, Lee Kaid, (2000), *Ethics and Political Advertising*, En Robert, E., Denton, Jr., *Op. Cit.* p.169 [In order to ensure rational decision making an informed electorate requires exposure to a wide spectrum of political information. Political advertising, particularly on television, is a major component of such information for today's electorate. While there is much potential for ethical abuse in political advertising, there is little about television advertising that is inherently unethical. Particularly where technological tricks are used to deceive and mislead voters. For situations in which there are clear abuses, there are some safeguards in the present system. It is clearly not sufficient to equate legality with ethics, but the legal system does offer some remedies.] (La traducción es mía).

<sup>72</sup> *Ibid.* p. 170 [Those concerned with political advertising ethics should also now begin to look to concerns raised by new technologies. Increasingly, political advertising messages will be carried by technologies subject to even less control than the current broadcast and narrowcast media. The internet is already being used by candidates, interest groups, and commercial political products purveyors as a medium for carrying political spots and similar messages. Here the abilities for instantaneous transmission surpass that of traditional media, and the avenues for control of distortions and potential ethical violations are even more limited. The time to develop methods of vigilant oversight is now.] (La traducción es mía).

menosprecio a los oponentes reina en el discurso electoral, más allá que la promoción de las ideas o plataformas políticas, como se ha mencionado. Por ejemplo, en los estudios de Hagstrom y Guskind en 1992, sobre las campañas políticas en Estados Unidos, país que comúnmente es utilizado para ilustrar el apego a las leyes electorales, se muestra que las campañas negativas son la regla y no, como se cree, la excepción.<sup>73</sup>

Las campañas negativas suelen incrementar la percepción de que es una es una contienda muy pareja, ante estos escenarios es común se estimule al al electorado. Al mismo tiempo, estas campañas tienden a tornarse negativas, por lo que existe un doble efecto positivo en la participación del electorado. La utilidad marginal de un voto, en estos casos, está directamente relacionada con lo cerrado de la disputa, por lo que en la medida que la competencia se vuelve más estrecha el valor de cada voto incrementa.<sup>74</sup>

Si bien es cierto que la postura anterior sugiere que las campañas negativas y de desprestigio tanto entre candidatos y partidos, como entre instituciones, pueden ser no tan dañinas, también es cierto que termina por disgustar al electorado y alejarlo del interés sobre los asuntos públicos ante la ausencia de propuestas atractivas. La evidencia parece contradecir los supuestos. Los estudios sobre los efectos nocivos de las campañas negativas en el electorado muestran algunos efectos positivos en los procesos electorales. Paradójicamente las campañas negativas parecen beneficiar la participación de los electores y aumentar su atención en el proceso electoral,

---

<sup>73</sup> Véase: Jerry, Hagstrom, and Robert Guskind, (1992) "Airborne Attacks", *National Journal*, No. 31, October, pp. 2477-2482. En: Cristopher, Ballinas, Valdés, Universidad de Oxford, *Artículo preparado para la mesa "Denigración, campañas negativas y libertad de expresión"* dentro del *II Seminario Internacional del Observatorio Electoral Judicial*, Ciudad de México, 16-18 de Noviembre de 2009. p. 4 Disponible en: <http://www.te.gob.mx/ccje/> (consulta: domingo 3-enero-2010; 02:45hrs.)

<sup>74</sup> *Ibid.* p. 6

al tiempo que les ayuda a posicionarse frente a las distintas ofertas electorales.<sup>75</sup> Dada la evidencia mencionada, sería conveniente revisar estudios sobre los efectos de este tipo de campañas en los procesos

Finalmente, como hemos visto, los medios en sus inicios se llegó a creer que sus funciones primordiales con relación a la política, fue ser un vehículo de ésta, para llegar a más sectores de la población, informadores y propagadores del acontecer público y de información relevante y de interés, que con el tiempo y la dinámica desarrollada desde mediados y finales de los años noventas principalmente han dejado de ser sólo instrumentos y propagadores de información para convertirse en verdaderos emisores y formadores de mensajes políticos, claramente orientados para favorecer o perjudicar a alguien en la democracia. En México, por ejemplo, los medios cobraron más importancia en la arena política, a partir de 1994, cuando por primera vez fue televisado el debate entre los candidatos a la Presidencia de la República; no se dice que no hayan tenido importancia, sino que a partir de ese año los medios ocupan un lugar primordial en la estrategia político electoral. Esta dinámica a partir de entonces se incrementó de tal forma que en las pasadas elecciones, incluso desde las del 2006, los medios ya fijaban postura claramente a favor o en contra de algún partido o candidato.

---

<sup>75</sup> *Idem.*

## EL ENFOQUE DE LA DISCIPLINA DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

En el campo de conocimiento de la comunicación política convergen diferentes disciplinas: Comunicación, Sociología y Ciencia Política. Así como para la acepción de la palabra Estado, existe un sinfín de conceptos, lo mismo ocurre en entorno a la comunicación política puesto que nos encontramos con diversas definiciones, de las cuales solo se mencionarán algunas de ellas para no perdernos en la vasta literatura que hay al respecto.

Esta disciplina en sus inicios, se ocupaba de los intercambios de información, puntos de vista y estrategias entre los políticos y el público. En este sentido Lazarsfeld estableció un componente de tres elementos que conforman la relación de los medios y la política, a saber: medios, políticos y ciudadanos.<sup>76</sup> Por su parte, Javier del Rey, menciona que en la actualidad la comunicación política se ocupa fundamentalmente del flujo de mensajes que mantienen gobernantes y gobernados, a través de los medios de comunicación, usando como vehículo a los periodistas.<sup>77</sup> Igualmente se puede observar que esta acepción recoge los elementos básicos descritos por Lazarsfeld.

MacQuail recopila conceptos importantes sobre las llamadas teorías normativas de los medios de comunicación, mediante las cuales, procura explicar “cómo *deberían* actuar los *mass media* o cómo *se espera* que actúen”. Por *actuación* se entiende la manera como los medios de comunicación

---

<sup>76</sup> Paul Félix, Lazarsfeld, (2003), “Mass Media and Communications in Modern Society”, cap. 3, Boston, Allyn and Bacon Inc., 1954, pp. 106-123. En: Salomé Berrocal (coord.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Ed. Ariel Comunicación, Barcelona, p. 22

<sup>77</sup> Javier, del Rey, Morato, (1996), *Democracia y Posmodernidad. Teoría general de la información*, Editorial Complutense, Madrid, p. 183

desempeñan sus funciones básicas de información, educación y entretenimiento en una sociedad específica.<sup>78</sup> La tesis principal de las teorías normativas plantea que los *mass media* “siempre toman la forma y la coloración de las estructuras sociales y políticas dentro de las cuales actúan”.<sup>79</sup> En este sentido, “los *media* son tanto un producto como un reflejo de la historia de su sociedad, en cuya configuración han intervenido”.<sup>80</sup> En suma, “los sistemas de medios llevan la impronta de las estructuras de poder – político, económico, social y cultural– donde operan”.<sup>81</sup>

Ante un sinnúmero de acepciones acerca de comunicación política, es preciso seleccionar alguna que coadyuve a los fines del capítulo, así pues, se retoma la definición de Rospir, el cual la define: La comunicación política es un área interdisciplinaria que tiene por objeto de estudio el papel de los medios de comunicación en el proceso político. Está centrada en narrar, estudiar y analizar cómo la política es comunicada y presentada por los políticos y los medios de comunicación a los ciudadanos.<sup>82</sup>

Wolton, menciona que la *comunicación política* se ha identificado con el *marketing* político, con la publicidad y con la manipulación, sin embargo, en realidad debe verse directamente vinculada a la democracia de masas y a los medios de comunicación de masas. Así pues pregunta: ¿cómo se puede imaginar el funcionamiento de la democracia de masas sin comunicación

---

<sup>78</sup> Denis, MacQuail, (2000), *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, tercera edición revisada y ampliada, Barcelona, Paidós, p. 196.

<sup>79</sup> F. S. Siebert y Theodore Peterson (1956), *Cuatro teorías de la prensa en el mundo capitalista*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, p. 9. [Fred S. Siebert *et al.*, *Four Theories of the Press: The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist Concepts of What the Press Should Be and Do*, Urbana, University of Illinois Press, 1956.]

<sup>80</sup> Denis, McQuail, *Op. Cit.*, p. 195.

<sup>81</sup> Jorge, Bravo, (2008), *Medios de comunicación en México: entre el autoritarismo de Estado y el autoritarismo de mercado*, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, año L, número 204, septiembre-diciembre de 2008, p. 58

<sup>82</sup> Juan Ignacio, Rospir, (2003), *Op. Cit.* p. 21.

pública a gran escala? ¿Cómo organizar un debate político a escala nacional? Junto con el sufragio universal y los medios de comunicación, la comunicación política puede ser entendida como el tercer componente de la democracia. En el sentido del *marketing*, han sobredimensionado su papel, ya que se atribuyen a medios y procedimientos publicitarios las victorias electorales, pasando por alto la comunicación política como condición de la democracia de masas. No obstante que cumple un papel esencial, la comunicación política se beneficia de una legitimidad muy débil, aun mayor a la de los medios de comunicación, simplemente porque sobre ella pesa, quizás más que antes, este estereotipo de la manipulación.<sup>83</sup>

En este ámbito cobra importancia cómo las estrategias de la mercadotecnia de las empresas, que se desenvuelven en el área económica se insertan en el terreno político como el *marketing*; de ahí que ahora se hable de mercadotecnia política (*marketing* político), el cual, en una aproximación corta del término, la raíz del concepto de *marketing* electoral permeó a todos y cada uno de los elementos de un modelo que de forma mecánica trasplantó los métodos, técnicas e instrumentos de medición del comportamiento de compradores de bienes y servicios, a la valoración de predisposiciones y preferencias del electorado. Un servicio de *marketing* electoral concluye su función el día de los comicios, ese es el momento en que se manifiestan ‘los contratantes’ de una propuesta electoral. De hecho, el *marketing* electoral plantea que la verdadera contienda se establece en los medios masivos de información, que su desmesurada influencia, sobre todo la televisión, puede

---

<sup>83</sup> Dominique, Wolton, (1999), *Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, Gedisa, pp. 37-38. Disponible biblioteca virtual de Ciencias Sociales de la Universidad de Perú; en: [www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/Wolt%20cap1](http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/Wolt%20cap1) (consulta: 12-dic-09; 02:45 hrs.)

dar el triunfo o la derrota a un político independientemente de la respetabilidad o el desprestigio que ha ganado durante muchos años.<sup>84</sup>

Abordar el tema en que se relacionan los medios masivos de comunicación, propaganda política y procesos electorales sin tocar la dicotomía entre lo real y lo ficticio sería omitir uno de los elementos intrínsecos de estos tres aspectos. Se ha escrito sobre la mentira en la publicidad y la propaganda como recurso de persuasión, manipulación y seducción. En este esquema se considera a un auditorio que, en la mayoría de las veces, es calificado de simple masa receptora, sin posibilidad de evaluar la información recibida, sin la oportunidad de formular decisiones consientes sobre los que se les ofrece, ni de tomar una postura frente a lo que recibe.

Se sostiene que en el cambio de conductas y predisposiciones a partir de tácticas de convencimiento masivas, la mentira es uno de los elementos más eficaces debido a que cuando tiene éxito pasa desapercibida. La propaganda y la publicidad recurren frecuentemente a la mentira porque su papel es el de ejercer una influencia, y sólo accesoriamente, brindar informaciones. Para el público común, es difícil discernir acerca de un mensaje político específico a partir de lo real o lo ficticio por falta de datos indispensables, para llegar a una conclusión suficientemente cimentada; es complicado el análisis sobre los enlaces entre el mensaje y el impacto que se produce.<sup>85</sup> Ante esto Sartori menciona que la televisión puede mentir y falsear la verdad, exactamente igual que cualquier otro instrumento de comunicación. La diferencia es que la

---

<sup>84</sup> Luis Esparza, Oteo Torres, (1997), “La mercadotecnia política en el proceso democrático de México”, en: Romeo, Pardo (coord.), *Comunicación Política y Transición Democrática*, UAM-X, México, 1997, p. 77-80

<sup>85</sup> Durandin, Guy, (1990), “La mentira en la propaganda política y en la publicidad”, 2ª edición, Paidós, Barcelona, p. 20-21. En Romeo Pardo (coord.), *op cit.* p. 84-85.

fuerza de la veracidad inherente a la imagen hace la mentira más eficaz y, por tanto, más peligrosa.<sup>86</sup>

Lo anterior nos ayuda a comprender la importancia y función de los medios de comunicación, en específico la televisión, dentro del ámbito político. Por su poder en las sociedades modernas de corte democrático, han demostrado ser excesivamente influyentes y poderosos cuando no se les regula adecuadamente.

Por ello no es extraño que autores como Ferrajoli, los denomine poderes salvajes al considerar que estos se han convertido en el desafío de las democracias de nuestros días. En la tipología que ocupa este autor para estos poderes salvajes, se ubica una gran variedad de grupos e intereses de diversa índole, que amenazan la estabilidad de las instituciones y los estados; en su descripción ubica en primer lugar a la mafia, segundo la corrupción estatal, tercero los poderes privados de carácter extralegal, cuarto y último a los poderes públicos extralegales que se encuentran en las relaciones internacionales. De la tipología, nos interesa el tercero, el cual los describe como macro-poderes económicos que, ante la ausencia de límites y de controles legales, tienden a desarrollarse con dinámica propia condicionando fuertemente la esfera de los poderes públicos.<sup>87</sup>

En este sentido, se ha mencionado que quien controla los medios, controla la cultura. Popper indica que una democracia no puede existir si no se somete a control a la televisión y advierte que:

---

<sup>86</sup> Giovanni, Sartori, (2001), *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Ed. Taurus, 2ª edición, México, 2001, p. 103

<sup>87</sup> Luigi, Ferrajoli, (2000), *El garantismo y la filosofía del derecho*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, p. 128-129.

La democracia consiste en poner bajo control el poder. Es esta su característica esencial. En una democracia no debería existir ningún poder no controlado. Ahora bien, sucede que la televisión se ha convertido en un poder político colosal, se podría decir que potencialmente, el más importante de todos, como si fuera Dios mismo quien habla. Y así será si continuamos consintiendo el abuso. Se ha convertido en un poder demasiado grande para la democracia. Ninguna democracia sobrevivirá si no pone fin al abuso de ese poder [...] creo que un nuevo Hitler tendría, con la televisión, un poder infinito.<sup>88</sup>

En México, Trejo Delarbre retoma la discusión e indica que la preeminencia que llegan a alcanzar los poderes fácticos es de dimensiones preocupantes, pues logran constituirse en fuerzas paralelas al poder político institucional, cuya influencia puede ser, en varias ocasiones, mayor a la de los partidos políticos o los representantes de los ciudadanos. Las instituciones que existen, no han comprometido a todos los actores de la esfera pública, al menos no de la misma forma, en el cual hay poderes fácticos que crecen no siempre en beneficio de la democracia, sino al contrario; sobre todo cuando quedan al margen de la ley o cuando las leyes no son suficientes para acotarlos y cuando de ellos surgen abusos de diversa índole que van en contra del marco legal y de la institucionalidad, es entonces cuando esos poderes se convierten en salvajes, al estilo que enuncia Ferrajoli.<sup>89</sup>

Asimismo, este autor menciona: “los medios de comunicación son omnipresentes y tienen más influencia que cualquier otro factor de poder en

---

<sup>88</sup> Karl R., Popper y John Condry, (2002), “Una patente para producir Televisión”, en *La televisión es mala maestra*, FCE, colección popular, México, p. 54-55. (También en revista, *Nexos*, No. 220, México, abril de 1996.)

<sup>89</sup> Raúl, Trejo Delarbre, (2005), *Civilizar a los poderes salvajes*, p.134-136. Disponible en Internet: <http://mediocracia.wordpress.com/2005/12/19/poderes-salvajes/> (Consulta: domingo 11-febrero-2010; 23:10 hrs)

las sociedades contemporáneas, pero los medios avanzan más rápido que la investigación y discusión sobre ellos”.<sup>90</sup>

Las empresas de medios de comunicación casi siempre son poderes influyentes sobre los asuntos públicos y con agendas que no necesariamente corresponden a los intereses de la sociedad; pero la formidable capacidad para propagar mensajes gracias a la tecnología ha convertido a los medios no sólo en parte del espacio público sino en casi monopolizadores de éste. Al respecto José Luis Sánchez menciona: un gran grupo mediático se convierte en un poder fáctico que, en el espacio político, tiene capacidad para boicotear determinadas leyes o difundir demandas concretas en la opinión pública y, al mismo tiempo, posee capacidad de resistencia frente a las imposiciones del poder político.<sup>91</sup>

Giovanni Sartori se pronuncia similar a Popper, Ferrajoli y otros, en el sentido de que los medios masivos de comunicación, sobre todo la imagen que produce la televisión es, por demás, peligrosa por la capacidad de manipular la realidad. Incluso llega a mencionar no creer en lo que se ve en la Tv.<sup>92</sup>

Es preciso aclarar que los medios han sido considerados como poderes fácticos, poderes salvajes, entre otros adjetivos, esto se debe a la dinámica que han adquirido en el ámbito de la política y su relación con los partidos políticos; ahora bien, los partidos no son un poder factico como las televisoras, al contrario, éstos son parte importante y en ocasiones fundamentales para una

---

<sup>90</sup> Raúl, Trejo Delarbre, (2000), “El imperio del marketing político. Cuando las imágenes desplazan a las ideas”, en *América Latina Hoy*, núm. 25, 2000, pp. 15-22.

<sup>91</sup> José Luis, Sánchez Noriega, (1999), “El verdadero poder de los medios de masas”, en *Latina*, revista de comunicación social, núm. 13, enero de 1999, La Laguna, Tenerife. Disponible en Internet: <http://www.lazarillo.com/latina/a1999c/143noriega.htm> En Raúl, Trejo, Delarbre, *op.cit.* p. 138 (Consulta: domingo 11-febrero-2010; 23:15 hrs)

<sup>92</sup> Giovanni, Sartori, (1992), *Elementos de teoría política*, Alianza Editorial, Madrid, pp. 351-364.

democracia. De acuerdo con nuestra Carta Magna son entidades de interés público; en otras palabras, son instituciones con reconocimiento legal y legítimo que forman parte de la democracia. Así pues, una vez que se analice el aspecto de la comunicación política, se entrará en el terreno de la teoría sobre la democracia y la relación con los medios y los partidos. Especialmente, como se mencionó, se toman los postulados teóricos de Robert Alan Dahl.

El enfoque de la esta disciplina nos ayuda a describir teóricamente o conceptualmente a los medios masivos de comunicación, en específico a las televisoras. En general, podemos observar como son descritos los medios, desde posturas como aquella que los describe como un vehículo de la democracia, informadores de los asuntos públicos para la toma de decisiones, es decir, coadyuvan a tener un electorado informado y consciente del acontecer político para una toma informada de decisiones sobre los asuntos públicos, así como formadores de opinión y de la percepción pública del electorado, vigilantes del gobierno, etc. Y por otra parte, igualmente, se observó la postura de aquellos que describen a los medios (la Tv) como un poder que pone en peligro a la democracia.

## HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

### El nacimiento de la televisión privada y Televisa

Desde el gobierno de Lázaro Cárdenas, específicamente desde 1935, se hicieron experimentos de televisión, realizados por el Ing. Guillermo González Camarena. En 1944 diversos empresarios solicitaron concesiones para instalar una empresa televisora y transmitir las primeras señales, entre los solicitantes estaban, González Camarena, Azcárraga Vidaurreta, Rómulo O’Farril, entre otros, la mayoría ya empresarios radiofónicos; sin embargo, se postergaron las pláticas para realizar las concesiones. Fue hasta 1949, ya en el gobierno de Miguel Alemán Valdés, que se reanudaron las negociaciones en torno al tema, en ese mismo año la primera concesión para operar un canal de Tv con fines comerciales fue otorgada a la empresa Televisión de México S. A., propiedad de Rómulo O’Farril;<sup>93</sup> al que le asignaron el canal 4 con las siglas XHTV en 1950, cuya primera transmisión fue desde el hipódromo de las Américas. Para el 1 de septiembre, se transmitió desde la Cámara de Diputados el informe presidencial de Miguel Alemán Valdés.<sup>94</sup> Ese día, los diarios de la capital publicaron “La maravilla de la televisión es desde hoy una magnífica realidad en México”.<sup>95</sup>

En estos primeros años, la televisión no era un negocio altamente rentable como se conoce ahora. El precio de los televisores era muy alto y las

---

<sup>93</sup> Fernando, Mejía Barquera, (1998), “Televisión y Política”, en Sánchez de Armas, M.A. (Coord.), *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana*, México, Espacio98-Revista Mexicana de Comunicación, p. 137-147

<sup>94</sup> Sabás, Huesca Rebolledo, (1998), “La noticia por televisión” en Sánchez de Armas, M.A. (coord.), *Op. Cit.* p. 70

<sup>95</sup> Raúl, Cremoux, (1974), *¿Televisión o prisión electrónica?*, México, FCE, p. 155

empresas no querían anunciarse en un medio que no tuviera una gran cobertura, como lo tenía la radio. Actualmente la Tv se ha convertido en uno de los negocios más rentables de México. A partir de 1970 se suscitaron varios cambios en las empresas televisivas, fusionándose varias ya existentes y repartiéndose los temas televisivos a transmitir por canal, la más beneficiada de dicha fusión fue Televisa. El canal 2, transmitía películas mexicanas; canal 4, telenovelas, películas extranjeras y programas deportivos; canal 5, programas infantiles, caricaturas y series extranjeras de aventuras.<sup>96</sup>

Azcárraga y por ende Televisa contaban con un gran poderío financiero, ya que éste era el más fuerte empresario radiofónico en México y tenía un gran capital. El llamado Tigre Azcárraga pregonaba sin timidez su riqueza, su posición de ‘mega millonario’, personalidad fuerte y arrogante, quien en numerosas ocasiones manifestó abierta y públicamente su alianza con el Estado mexicano y admitió ser deudor del sistema político imperante de ese tiempo, y declaró: “Soy soldado del PRI y del Presidente”.<sup>97</sup> Así es como se creó el imperio televisivo que ahora es Televisa.

### *La televisión estatal y Televisión Azteca*

El canal 13 con las siglas XHDF, inició transmisiones encadenado con el informe presidencial de Gustavo Díaz Ordaz, el 1º de septiembre de 1968; las instalaciones para emitir la señal se ubicaban en la Torre Latinoamericana de la Ciudad de México. Ésta fue la segunda cadena de televisión independiente

---

<sup>96</sup> Karin, Bohmann, (1994), “Medios de comunicación y sistemas informativos en México”, segunda edición, Ed. Alianza, México, p.181

<sup>97</sup> María Teresa, Páramo Ricoy, (2000), “Elecciones en el 2000: el papel estratégico de la televisión”, UAM-I, México, p. 5

de México, también tenía la concesión del canal 8, con las siglas XEQTV, cuya primera emisión fue en 1968.<sup>98</sup>

Por su parte el Estado se había mantenido al margen en lo que a producción televisiva se refería, sin embargo, mediante SOMEX, una sociedad financiera estatal que controlaba una amplia gama de empresas, el 15 de marzo de 1972 compró las acciones del canal 13, así es como dicho canal paso al sector gubernamental. Los canales 22 XEIMT y 7 XHIMT, iniciaron operaciones en 1982 y 1985 respectivamente. A partir de estos se construyó una importante infraestructura televisiva que llegó a conformar el Sistema de Televisión Nacional, que en la gestión de Miguel de la Madrid Hurtado se denominó Imevisión. El Sistema Nacional de Televisión Pública representado por Imevisión, presa de intereses políticos y burocráticos, no llegó a ser una alternativa cultural, informativa, educativa y de entretenimiento para la sociedad. Ante la ausencia de un proyecto de televisión de Estado que definiera su responsabilidad y compromiso social por encima de los vaivenes sexenales, de los intereses políticos y de las presiones financieras, sólo hizo de Imevisión una copia burda de la Tv comercial representada, en ese tiempo, básicamente por Televisa.<sup>99</sup>

Años más tarde, con el proyecto neoliberal implementado por el presidente en turno, Carlos Salinas de Gortari, fueron puestas a la venta muchas empresas paraestatales, entre ellas las de medios de comunicación. Para 1994, la venta del paquete que sólo incluía los canales 7 y 13, hasta ese momento propiedad del Estado, conocido como Imevisión, fueron adjudicadas al empresario Ricardo Salinas Pliego, dueño de las mueblerías Elektra. Tal

---

<sup>98</sup> Sabás, Huesca Rebolledo (1998), *Op. Cit.* p. 84

<sup>99</sup> *Ibid.* p. 85-86

liberalidad de bienes dio fin a la participación directa del Estado en la transmisión de televisión en México;<sup>100</sup> fue así como surgió Televisión Azteca (TV Azteca).

En junio 1993, con la desincorporación de los canales 7 y 13, se configuró la empresa TV Azteca, cuyo presidente y principal accionista es Ricardo Salina Pliego, quien a los pocos días de haber adquirido dicho paquete de medios declaró: “Antes que nada, la televisión es un medio de entretenimiento y de esparcimiento [...] Y para que un sistema democrático funcione, debe haber mayor educación y progreso económico desde luego, pero yo creo que la televisión ahí no tiene nada que ver”.<sup>101</sup> Así pues, para este empresario, el papel de la televisión no tiene nada que ver ni con el desarrollo de la democracia, ni con la función de educar, ya que según Salinas Pliego:

Pedirle a la televisión que eduque, pues está mal [...] la Televisión puede complementar ciertas cosas, transmitir ciertos valores. Pero la función de la televisión no es educar, para eso están la familia, la escuela... aquí en la televisión tenemos que buscar audiencias, que la gente nos vea, porque si no nos ve nadie, que caso tiene hablar de programas de calidad y de educación y todo lo demás.<sup>102</sup>

Como podemos ver, la posición de la nueva televisora no está demasiado alejada de la de Televisa; como se mencionó, Azcárraga Milmo, denominado Zar del entretenimiento, respetaba con escrúpulo lo que consideraba como el desempeño de su empresa: “divertir a las clases populares y las clases medias, hacerle ver que si no les quedó más remedio y se quedaron en su casa, por lo menos allí disfrutarán de los ofrecimientos de

---

<sup>100</sup> *Ibid.* p. 88

<sup>101</sup> *Idem.*

<sup>102</sup> María Teresa, Páramo Rico, (2000), *Op. Cit.* p. 13-14

Televisa”.<sup>103</sup> A ambas televisoras les queda claro que su función es la de entretener a las clases bajas y medias, porque son las más numerosas y las que les representan audiencias más amplias y consecuentemente mayores ganancias; ese es el principal espíritu de las televisoras, un negocio privado cuyo objetivo es el lucro; característica que no hay que perder de vista al momento de analizar a los medios en su función ‘ideal’ y dentro del esquema que plantea la democracia.

Ahora bien, a efecto de mencionar un breve diagnóstico de la situación que guardan los medios en el país, y al mismo tiempo tratar de operacionalizar nuestro marco teórico sobre las fuentes de información, específicamente las televisoras, y puntualizar algunos planteamientos hechos anteriormente, cabe mencionar los siguientes datos y algunas descripciones con respecto a las últimas elecciones, que a continuación se presentan:

Televisa, con sus filiales y repetidoras en todo el país acapara el 66 por ciento de las 468 concesiones privadas de Tv, mientras que TV Azteca dispone del 31 por ciento; el restante 3 por ciento está conformado por televisoras menores. Los canales de Televisa alcanzan el 71 por ciento de la audiencia y los canales de TV Azteca el 28 por ciento.

---

<sup>103</sup> *Ibid.* p. 15

**Cuadro 1**

<b>Concesiones de Tv</b>	
<b>Televisa</b>	66%
<b>TV Azteca</b>	31%
<b>Otro</b>	3%
<b>Total</b>	100%

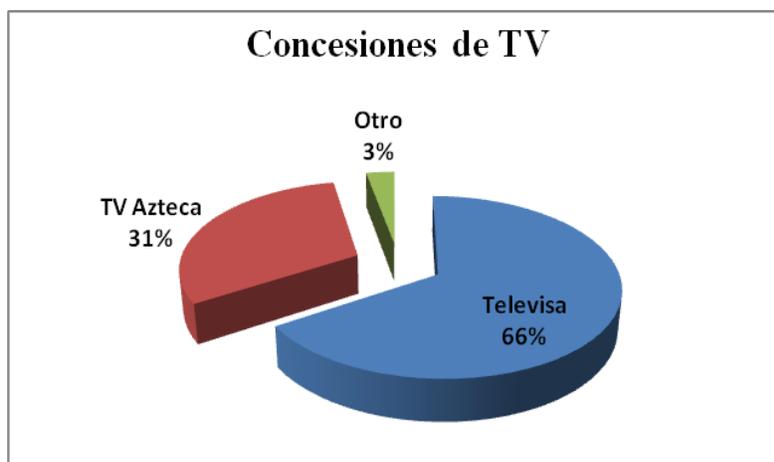
Fuente: Elaboración propia con información de Enrique, Cuna Pérez (2009), “Los medios de comunicación en la sociedad democrática”, en Gustavo Ernesto Emmerich (coord.), *Situación de la democracia en México*, UAM-I, Oak editorial, México, 2009. p. 90-91

Televisa en cuatro canales abiertos tiene una cobertura de más 19.9 millones de telehogares diariamente en el canal 2; el canal 4 alcanza los 4.6 millones; el 5 abarca 18.3 millones y el canal 9 logra los 14.9 millones. Es propietaria del 51 por ciento de Cablevisión (el sistema de Tv de paga más grande de México), y con el 60 por ciento de propiedad sobre Sky.<sup>104</sup> Es preciso aclarar que la penetración de la televisión en hogares que aquí se presentan (retomados de Cuna), no varían mucho con respecto los datos más actuales que muestra el INEGI para fechas posteriores.

---

<sup>104</sup> Enrique, Cuna, Pérez, (2009), “Los medios de comunicación en la sociedad democrática”, en Gustavo Ernesto, Emmerich, (coord.), *Situación de la democracia en México*, UAM-I, Oak editorial, México, 2009, p. 90-91

**Gráfica 1**



Fuente: Elaboración propia con datos del cuadro 1

A estos datos relevantes, se puede añadir que si la principal fuente de información de los ciudadanos sobre los asuntos públicos es la Tv, fácilmente podemos deducir que Televisa en la mayoría de las veces será la fuente de dicha información. Aunado a lo anterior, la población dedica más del 50 por ciento del tiempo libre a ver televisión.

**Cuadro 2**

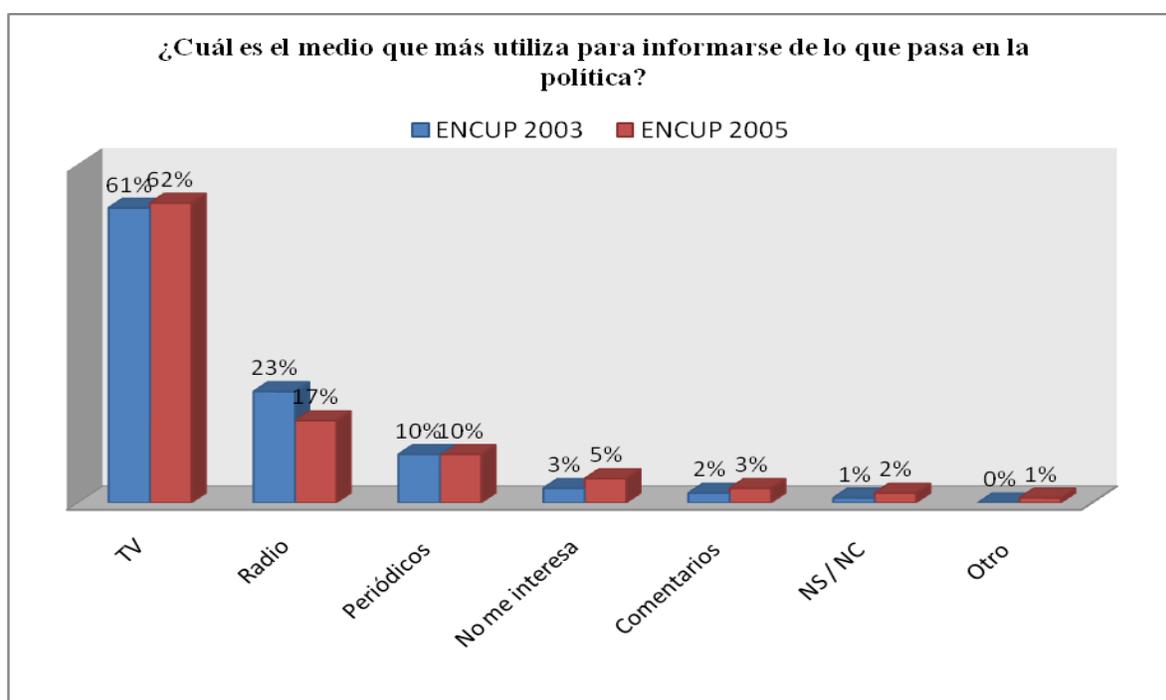
¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de lo que pasa en la política?	ENCUP 2003	ENCUP 2005
<b>TV</b>	61%	62%
<b>Radio</b>	23%	17%
<b>Periódicos</b>	10%	10%
<b>No me interesa</b>	3%	5%
<b>Por comentarios o rumores</b>	2%	3%
<b>NS / NC</b>	1%	2%
<b>Otro</b>	0%	1%
	100%	100%

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) realizada por la Secretaría de Gobernación, disponible en: <http://www.encup.gob.mx/encup/> (Consulta: miércoles 10-marzo-2010; 03:55hrs.)

## Partidos políticos y medios de comunicación

En EUA la información para los ciudadanos es importante para estar bien informados y puedan hacer evaluaciones y juicios sobre las elecciones oficiales. Las noticias en Tv son la primera fuente de información para el público. El electorado recibe el 65 por ciento de su información política a través de los programas como las noticias, y una información incompleta o imprecisa puede llevar a tomar decisiones incorrectas sobre los asuntos públicos.<sup>105</sup> Algo muy similar ocurre en México, veamos unos datos al respecto:

Gráfica 2



Elaboración propia con datos de la página: <http://www.encup.gob.mx/encup/index.php?page=encup>  
(Consulta: miércoles 10-marzo-2010; 03:55hrs.) Específicamente los datos se encuentran en:  
[http://www.encup.gob.mx/encup/segundaENCUP/Encarte\\_2003.pdf](http://www.encup.gob.mx/encup/segundaENCUP/Encarte_2003.pdf) Y  
[http://www.encup.gob.mx/encup/terceraENCUP/Encarte\\_2005.pdf](http://www.encup.gob.mx/encup/terceraENCUP/Encarte_2005.pdf)

<sup>105</sup> Robert, E., Denton, Jr., (2000), *Op. Cit.* p. 93 [Information is critical for citizens to make informed judgments and evaluations of elected officials. Television news is the prime source of information for the public. The electoral receives 65 percent of its political information through television programming. Incomplete or inaccurate information can lead to bad public decisions.] (La traducción es mía).

## Partidos políticos y medios de comunicación

---

En la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) de la Secretaría de Gobernación, en sus ediciones 2003 y 2005 muestran un panorama, general, sobre cuáles son las principales fuentes de información de la población acerca de los asuntos políticos. Se observa que la Tv es la principal fuente de información de los ciudadanos, con el 61 y 62 por ciento, respectivamente para el año que se presentan los datos (similar a EUA como se anotó más arriba); en el caso de la Tv, si bien no varían significativamente, sí se mantienen en el mismo nivel, en cual está muy por encima de otras fuentes de información como la radio, la cual baja en 6 puntos porcentuales como fuente de información con un 23 y 17 por ciento respectivamente; huelga mencionar a las otras fuentes, puesto que el porcentaje que representan como fuente de información son muy bajos, e incluso podría decir irrelevantes.

**Gráfica 3**  
**Confianza en los medios de comunicación**



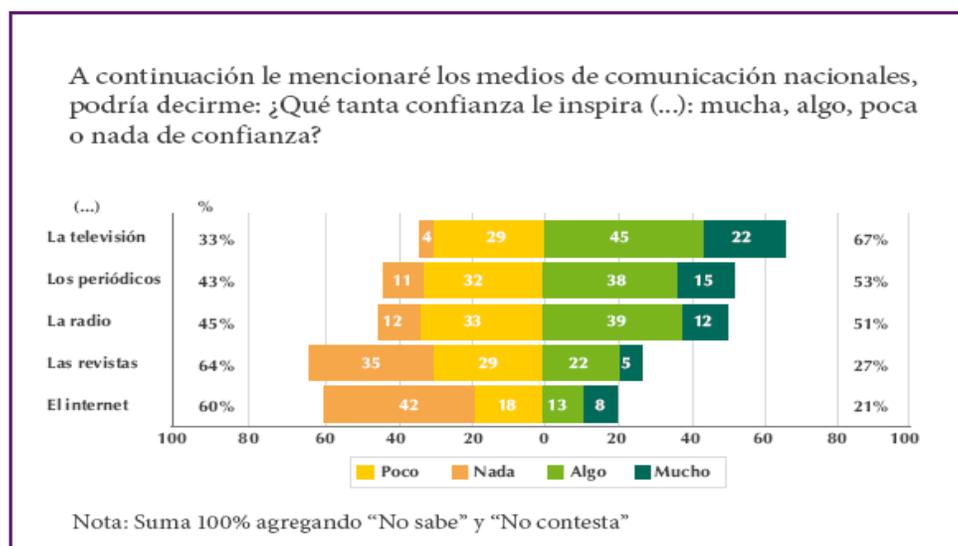
Fuente: Parametría, Encuesta Nacional, consultado en <http://www.parametria.com.mx/>

## Partidos políticos y medios de comunicación

Los siguientes datos nos dicen cuál es el medio por el cual, la mayoría de los ciudadanos, se enteran de política en tiempos electorales en México, así como el grado de confianza con el que cuentan en este país. Los medios de comunicación tienen un alto nivel de credibilidad y confianza. Según la medición de la casa encuestadora Parametría<sup>106</sup>, cinco de cada diez ciudadanos consideran que siguen siendo confiables.

De las instituciones consultadas, para los encuestados la televisión es la más confiable, siete de cada diez personas (67 por ciento) mencionaron que les genera ‘mucho’ o ‘algo’ de confianza. Cinco de cada diez dicen que los periódicos (53 por ciento) y la radio (51 por ciento) son confiables. En contraste, los que tienen una menor credibilidad son las revistas con un 27 por ciento e Internet 21 por ciento.

**Gráfica 4**  
**Confianza en los medios de comunicación**



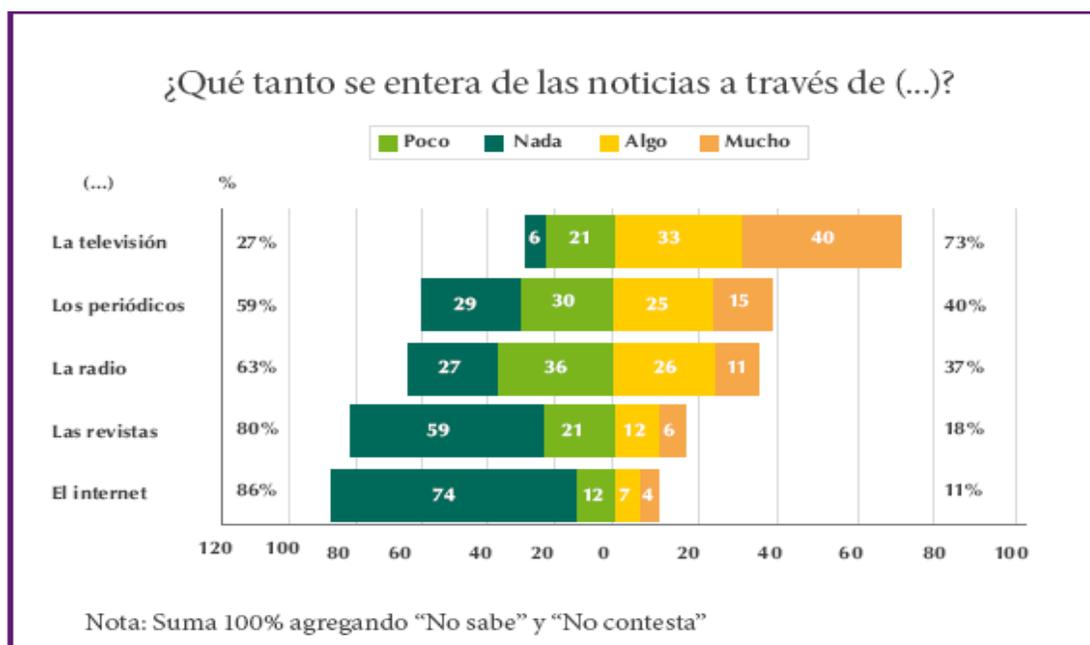
Fuente: Parametría, Encuesta Nacional, consultado en <http://www.parametria.com.mx>

<sup>106</sup> Todas las graficas siguientes son extraídas del trabajo de Francisco, Abundis (director asociado de Parametría), publicado con el título: “Los medios de comunicación en México”, en *Revista AMAI*, p-42-45. Disponible en: [www.amai.org/pdfs/revista-amai/AMAI-13\\_art8](http://www.amai.org/pdfs/revista-amai/AMAI-13_art8)

## Partidos políticos y medios de comunicación

La confianza en los medios de comunicación parece estar relacionada con la manera en que la gente se entera de las noticias. El 73 por ciento de los mexicanos se informa a través de la televisión; cuatro de cada diez ciudadanos utiliza los periódicos (40 por ciento) y la radio 37 por ciento. Los medios que menos utilizan los ciudadanos para enterarse de lo que acontece en el país son las revistas con un 18 por ciento e Internet un 11 por ciento.

**Gráfica 5**  
**Confianza en los medios de comunicación**



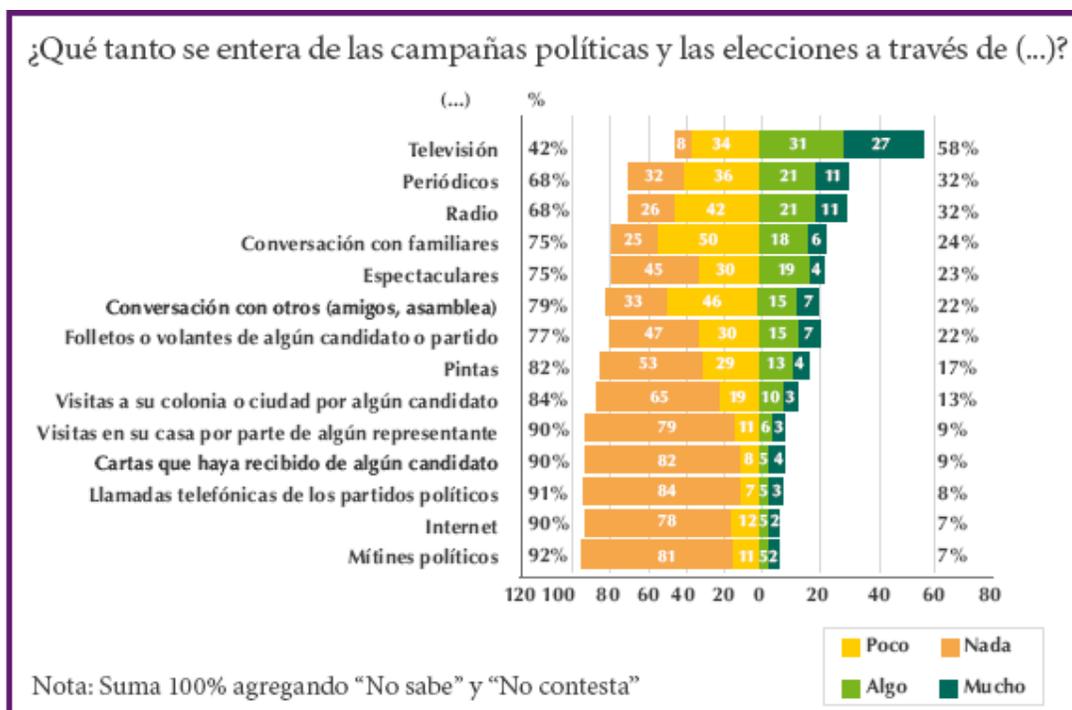
Fuente: Parametría, Encuesta Nacional, consultado en <http://www.parametria.com.mx>

De forma contundente, en el contexto electoral, la Tv es el medio por el cual los mexicanos se enteran preferentemente de las campañas políticas y las elecciones (58 por ciento). En segundo lugar están los periódicos y la radio con el 32 por ciento.

## Partidos políticos y medios de comunicación

De las diversas formas en que la televisión informa, se destaca a los noticieros como la principal vía por la cual los ciudadanos se enteran de las campañas y las elecciones (53 por ciento). En menor porcentaje, el 45 por ciento de la población conoce de la actividad política mediante los *spots* de los candidatos o los partidos, lo cual indica que la tendencia creciente de usar espacios televisivos cumple una función informativa importante.

**Gráfica 6**  
**Involucramiento y niveles de información sobre elecciones**



Fuente: Parametría, Encuesta Nacional, consultado en <http://www.parametria.com.mx>

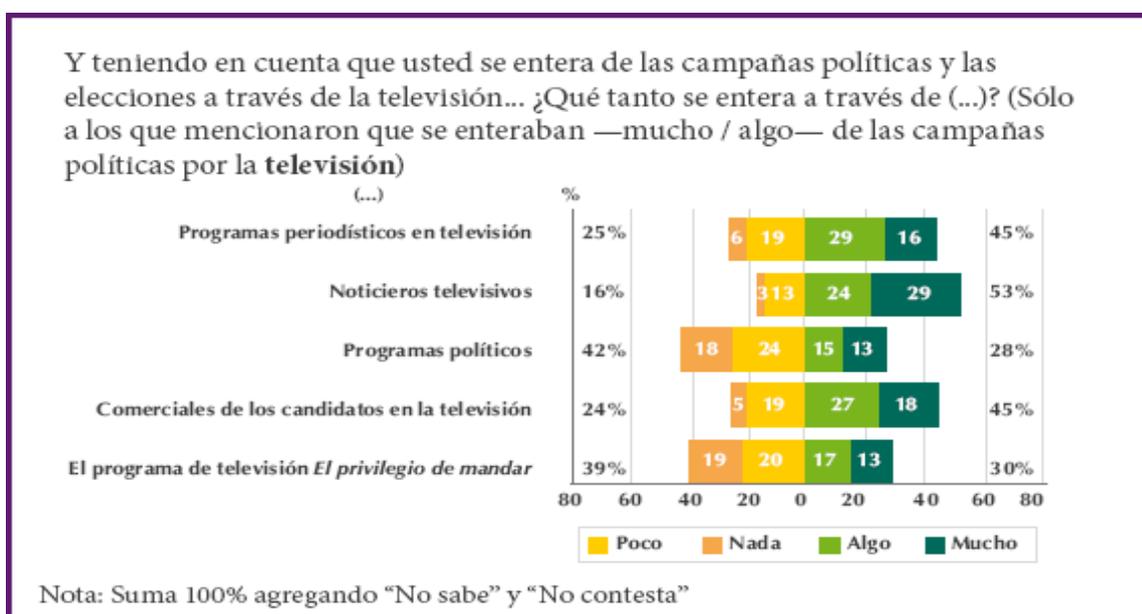
Por el periodo en que el estudio de Parametría fue realizado, muestra que los espacios políticos especializados y en casos especiales programas de sátira política transmitidos en Tv como, *El privilegio de mandar*, comparten el

## Partidos políticos y medios de comunicación

grado de importancia como fuente de información durante la campaña electoral de 2006; dicho programa representó una forma nueva y diferente de informarse sobre la vida política del momento. Parece que, la sátira no sólo divirtió, sino que informó a los mexicanos, según los datos presentados.

Ahora bien, la forma de involucrarse el ciudadano o de enterarse el ciudadano acerca de las campañas políticas, hay un elevado porcentaje que indica que es a través de los noticieros, seguido de programas periodísticos y anuncios de los candidatos en televisión.

**Gráfica 7**  
**Involucramiento y niveles de información sobre elecciones**



Fuente: Parametría, Encuesta Nacional, consultado en <http://www.parametria.com.mx>

En cualquier caso, los datos presentados por Parametría muestran la forma como perciben los ciudadanos el trabajo de los medios de comunicación, particularmente en el contexto electoral. Por lo anterior, desempeñan un papel fundamental en la construcción de la democracia.

Tienen la capacidad de transmitir información que les permite influir de manera directa en la población, formando corrientes de opinión y estableciendo agenda sobre los problemas que deben considerarse importantes entre la sociedad.

¿Qué nos dicen estos datos de Parametría? Como se ha mencionado, parece que la confianza en los medios de comunicación está asociada con el tiempo que la gente está expuesta a ellos. Resulta lógico suponer que esto se debe a que el consumo de la información ofrecida por los medios, sin una percepción de engaño o traición, permite al público creer en ellos y desarrollar confianza de manera más profunda. Es posible que los resultados también estén relacionados con la manera en que la gente se entera de las noticias. Dado que el contenido y calidad de éstas resulta fundamental para informarse oportunamente de lo que pasa en la sociedad, el público acude a aquellas fuentes de las cuales espera beneficios y que pueden satisfacer sus necesidades de conocimiento e información.

Por último, para cerrar este recuento, se dejan unas preguntas abiertas: Una sociedad democrática, con plena libertad de expresión, ¿podrá aspirar a tener una televisión que asuma plenamente las responsabilidades sociales que le corresponden legalmente? ¿Cuál es la función de la Tv? ¿La función es, como dicen sus respectivos propietarios, entretener y divertir a las clases medias y bajas?, ¿Lo que sucede en la televisión está determinado por sus propietarios, por los anunciantes que pagan la publicidad o por el Estado que otorga las subvenciones?<sup>107</sup>

---

<sup>107</sup> Pierre, Bourdieu, (1997). *Op. Cit.* p. 19

## ACCESO A MEDIOS EN AMÉRICA LATINA

En el ámbito internacional con respecto a la regulación del acceso a los medios de comunicación para los partidos políticos, se presenta un cuadro breve, el cual muestra cuatro países de la región de latinoamericana incluido México, en donde se señala la ley correspondiente y los artículos específicos de cada país en donde se regula esta relación; muestra las condiciones de acceso de los partidos a los medios en estos países. Lo anterior para saber y contrastar en las condiciones que se encuentra este país con respecto a otros de la zona, ahora con la reforma.

**Cuadro 4**  
**Comparativo de acceso a medios de comunicación**

País	Nombre de la ley y artículos	Temporalidad de acceso	Criterio de distribución	Modalidad de acceso	Observaciones
<b>Argentina</b>	Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos (Ley 25.600 de 2002; art. 31)	Sólo durante la campaña electoral	Proporcional de acuerdo con la votación previa	Tiempos gratuitos con ciertas restricciones de publicidad pagada	La garantía de acceso sólo durante los 30 días previos a la elección. Las tarifas y el trato son igualitarios. Incluye medios públicos y privados (concesionados)
<b>Brasil</b>	Ley de Partidos Políticos (Ley 9.096 de 1995; art. 45 al 52) Ley Electoral (Ley 9.564 de 1997; art. 44 a 58)	Permanente	Igualitario el permanente entre partidos con fracción parlamentaria y mixto durante la campaña electoral	Sólo tiempos gratuitos con prohibición de publicidad pagada	Está prohibido todo tipo de publicidad pagada en los medios electrónicos tanto públicos como privados (concesionados).

## Partidos políticos y medios de comunicación

<b>Chile</b>	Ley Orgánica Constitucional sobre Votaciones Populares y Escrutinios (Ley 18.700 de 1988; art. 30 y 30 <i>bis</i> )	Sólo durante la campaña electoral	Igualitario para campañas presidenciales y proporcional para legislativas	Sólo tiempos gratuitos con prohibición de publicidad pagada	Está prohibido, en todo momento, la contratación de publicidad electoral pagada, sólo en Tv, tanto pública como privada (concesionados); existen condiciones para Radio y prensa escrita.
<b>México</b>	COFIPE de 2008 (art. 48 a 76)	Permanente	Igualitario el permanente y mixto durante campaña electoral	Sólo tiempos gratuitos con prohibición de publicidad pagada	A partir de la reforma de 2007-2008, Está prohibido todo tipo de publicidad pagada en los medios electrónicos tanto públicos como privados (concesionados). Sólo el IFE es la única autoridad para contratar publicidad en medios electrónicos.
<b>Uruguay</b>	Ley sobre Publicidad Electoral (Ley 17.045 de 1998; art. 5)	Sólo durante la campaña electoral	Igualitario	Tiempos gratuitos con restricciones de publicidad pagada	El tiempo de garantía de acceso es de 120 días; el tipo de medios son sólo estatales.

Fuente: Elaboración propia con base en un conjunto de datos y apartados del libro de Dieter Nohlen.<sup>108</sup> Más adelante se encontrarán más cuadros relacionados a los países de la región latinoamericana, con la finalidad de justificar por qué se han elegido esos países y no otros.

<sup>108</sup> Carlos, Navarro Fierro. (2007), “El acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación”, en Dieter Nohlen *et alii.*, (compiladores), *Tratado de derecho electoral comparado de América Latina*, IIDH-UNIVERSIDAD DE HEIDELBERG-IDEA-TEPJJ-IFE- FCE, segunda edición, México, pp. 795-820

## Partidos políticos y medios de comunicación

Es menester precisar que en México, antes de la reforma electoral de 2007-2008, los partidos políticos tenían libre acceso a los medios de comunicación tanto en radio como en Tv, es decir, podían contratar directamente con las televisoras propaganda política durante la campaña electoral; a partir de la reforma, esta posibilidad quedó prohibida, ahora el acceso a los medios es a través de la autoridad electoral únicamente.

**Cuadro 5**

Capacidad expansiva de los medios audiovisuales					
	ARGENTINA <sup>1</sup>	BRASIL <sup>2</sup>	CHILE <sup>3</sup>	URUGUAY <sup>4</sup>	MÉXICO <sup>5</sup>
<b>Población (millones)</b>	36.26	166	14.7	3.8	103.3
<b>Hogares (millones)</b>	10.07	56.3	4.1	1.27	27.88
<b>Penetración tv (%)</b>	98.7	94.5	95.6	95	95.10
<b>Suscriptores de tv de paga (millones)</b>	5.5	2.8	0.9	0.23	7.58
<b>Penetración de tv de paga (%)</b>	57.5	6.7	21	20.9	27.2

La elaboración es propia, con base en datos obtenidos de los portales electrónicos de las dependencias de cada país; la información varía de acuerdo al año de recolección. En todos ellos, se ha tratado de obtener el más reciente.

1. Argentina datos disponibles para el año 2001; fuente: [http://www.indec.gov.ar/censo2001s2/ampliada\\_index.asp?mode=01](http://www.indec.gov.ar/censo2001s2/ampliada_index.asp?mode=01) (Consulta: 2-mayo-2010; 03:40hrs)

2. Brasil datos disponibles para el año 2007; fuente: [www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2007/defaulttab\\_hist.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2007/defaulttab_hist.shtm) (Consulta: 2-mayo-2010; 01:10hrs)

3. Chile datos disponibles para el año 2002; fuente: [http://www.ine.cl/canales/chile\\_estadistico/censos\\_poblacion\\_vivienda/censo2002/clasificacion/metodoclasificacionhogares.pdf](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/censos_poblacion_vivienda/censo2002/clasificacion/metodoclasificacionhogares.pdf) (Consulta: 3-mayo-2010; 01:35hrs)

4. Uruguay datos disponibles para el año 2004, en el anuario estadístico de 2009; <http://www.ine.gub.uy/> <http://www.ine.gub.uy/biblioteca/anuario2009/anuario%20web.swf> (Consulta: 3-mayo-2010; 03:50hrs)

5. En lo que respecta a México, los datos son actualizados al 18 de diciembre de 2009, obtenidos de la página del INEGI, disponible en: <http://www.inegi.org.mx/>

El cuadro cinco muestra la capacidad de penetración sobre la población en los países respectivos citados arriba, y de ahí su importancia como fuente de información; proporciona un panorama sobre la forma de acceso de los partidos a los medios y el por qué de dicha situación:

En lo que se refiere al marco jurídico con respecto al tipo de acceso a los medios de comunicación en elecciones o dentro del ámbito político, podemos identificar tres modelos de regulación: El modelo norteamericano, el europeo y el mixto.

El norteamericano es un modelo muy flexible y permisivo en cuanto al acceso a los medios de comunicación, distribución de tiempos en éstos y en contenidos. Lo que lo distingue además de su flexibilidad y permisividad, es que el Estado no proporciona tiempos en los medios de comunicación para los partidos políticos y candidatos; algunos países con este esquema son: Estados Unidos, Ecuador, Honduras, Singapur y Malasia. México antes de la reforma de 2007, tenía algunas de estas características.

El europeo es un modelo más restrictivo en acceso a medios, distribución de tiempos y contenidos. Lo que distingue a este modelo es que la mayoría de los accesos a la televisión, la distribución de tiempos y la regulación de contenidos dependen del Estado o de organismos públicos descentralizados, como lo es la BBC en Inglaterra o el *Conseil Suprieur de l'Audiovisuel* en Francia. Algunos países con este esquema son: Inglaterra, Francia, Italia, Suiza.

El mixto es una mezcla entre un marco regulatorio estricto y uno flexible, en la mayoría de los países encontramos este esquema. Lo que distingue a este modelo es que tanto el Estado como los particulares

## Partidos políticos y medios de comunicación

determinan el acceso, distribución y contenidos de la propaganda política en los medios de comunicación masiva. La mayoría de los países en América Latina (ahora México es la excepción, con la reciente reforma), Europa del Este, Asia y África mantienen estas características.<sup>109</sup>

Algunos cuadros para ejemplificar lo anterior:

**Cuadro 6**

Países	Anuncios pagados	Anuncios Gratuitos	Distribución del tiempo gratuito en la programación	Patrocinadores de la propaganda electoral	Número de spots en la televisión pública	Número de spots en la televisión privada
<b>América del Norte</b>						
<b>Estados Unidos</b>	Si	No (a)	n. a.	Candidatos, Partidos, Grupos de interés	n. a.	Ilimitado
<b>Canadá</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos, Candidatos	Limitado	Limitado
<b>México</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>Proporcional</b>	<b>Partidos, Candidatos</b>	<b>Limitado</b>	<b>Limitado</b>
<b>Los 18 países de Centro y Sudamérica</b>						
<b>Argentina</b>	<b>Si</b>	<b>Si</b>	<b>Proporcional</b>	<b>Partidos, Candidatos</b>	<b>Limitado</b>	<b>Ilimitado</b>
<b>Bahamas</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos	Limitado	Limitado
<b>Barbados</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos	Limitado	Limitado
<b>Brasil</b>	No	Si	<b>Igualitario y mixto</b>	<b>Partidos</b>	<b>Limitado</b>	<b>Limitado</b>
<b>Chile</b>	No	Si	<b>Igualitario y Proporcional</b>	<b>Partidos</b>	<b>Limitado</b>	<b>Limitado</b>
<b>Colombia</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos, Candidatos	Limitado	Ilimitado
<b>Costa Rica</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos, Candidatos	Limitado	Ilimitado

<sup>109</sup> Francisco, Abundis, (Parametría), Ponencia denominada: ¿Cuándo es (i)legítima la publicidad electoral?, presentada en el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM; disponible en: <http://www.parametria.com.mx/documentos/info.phtml/sigpreg/id=5>

## Partidos políticos y medios de comunicación

<b>República Dominicana</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos, Candidatos	Limitado	Ilimitado
<b>Ecuador</b>	Si	No	n. a.	Partidos, Candidatos	n. a.	Ilimitado
<b>El Salvador</b>	Si	Si	n. a.	Partidos, Candidatos	n. a.	Ilimitado
continuación						
<b>Guatemala</b>	Si	No	n. a.	Partidos, Candidatos	Limitado	Ilimitado
<b>Honduras</b>	Si	Si	n. a.	Partidos, Candidatos	Limitado	Ilimitado
<b>Nicaragua</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos	Limitado	Limitado
<b>Panamá</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos	Limitado	Limitado
<b>Paraguay</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos, Candidatos	Limitado	Ilimitado
<b>Perú</b>	Si	Si	n. a.	Partidos, Candidatos	n. a.	Ilimitado
<b>Uruguay</b>	<b>Si</b>	<b>Si</b>	<b>Igualitario</b>	<b>Partidos, Candidatos</b>	<b>Limitado</b>	<b>Ilimitado</b>
<b>Venezuela</b>	Si	Si	Proporcional	Partidos, Candidatos	Limitado	Ilimitado

Fuente: ¿Cuándo es (i)legítima la publicidad electoral?, ponencia de Francisco Abundis, socio de Parametría, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM; disponible en: <http://www.parametria.com.mx/documentos/info.phtml/sigpreg/id=5>

Como se ha mencionado, se seleccionaron cinco países, incluido México, para hacer una comparación cualitativa de la regulación sobre el acceso a medios de comunicación, estos son: Argentina, Brasil, Chile y Uruguay. Estos países resultan de interés por tener similares indicadores de desarrollo político y calidad de la democracia en la región (véase cuadro).

Todos los países latinoamericanos analizados por *Freedom House*, menos Cuba, son considerados dentro de la categoría de democracias electorales, aspecto que supone la satisfacción de los siguientes cuatro criterios: un sistema político competitivo y multipartidista; sufragio universal para todos los ciudadanos; elecciones

## Partidos políticos y medios de comunicación

---

periódicas competitivas llevadas a cabo bajo condiciones de voto secreto, seguridad razonable en el voto, ausencia de fraude electoral masivo y que los resultados sean representativos del deseo de la gente; finalmente, acceso público significativo de los partidos políticos más importantes al electorado a través de los medios de comunicación y a través de fórmulas de campaña generalmente abiertas (características necesarias para una democracia a gran escala, según la propuesta de Dahl).

**Cuadro 7**  
**Índice de *Freedom House***

País	Índice	
	2006	2007
Chile	1	1
Costa Rica	1	1
Uruguay	1	1
Panamá	1,5	1,5
Argentina	2	2
Brasil	2	2
República Dominicana	2	2
México	2	2,5
El Salvador	2,5	2,5
Perú	2,5	2,5
Bolivia	3	3
Colombia	3	3
Ecuador	3	3
Honduras	3	3
Nicaragua	3	3
Paraguay	3	3
Guatemala	4	3,5
Venezuela	4	4
Cuba	7	7

Fuente: <http://www.freedomhouse.org/template.cfm?page=365&year=2007>

Los datos se refieren al periodo comprendido entre el 01-12-05 y el 31-12-06.

Valores medios de los índices de derechos políticos y de libertades civiles.

*Freedom House* establece como “libres” a aquellos países cuyo Índice de Desarrollo Democrático se sitúan entre 1 y 2,5 de manera que algo más de la mitad de los países latinoamericanos considerados se encuentran en esta

## Partidos políticos y medios de comunicación

---

categoría; “semi libres” son aquellos en los que el índice se sitúa entre 3 y 5 que sería el caso de Bolivia, Colombia, Ecuador, Honduras, Nicaragua, Paraguay, Guatemala y Venezuela; en la categoría de “no libres” para valores comprendidos entre 5,5 y 7 solamente se encontraría Cuba. Las variaciones de este índice entre 2006 y 2007 son mínimas lo que evidencia su apego a variables muy formales que apenas si han cambiado; por su parte México “pierde” medio punto, como consecuencia de su crisis electoral de julio de 2006, Guatemala “lo gana” en la medida en que el proceso electoral de 2007 se desarrolló en un mejor clima que en ocasiones precedentes.<sup>110</sup>

**Cuadro 8**  
**Índice de Desarrollo Democrático en América Latina 2006-2007**

País	Índice 2006	Índice 2007
Chile	10,796	10,360
Costa Rica	9,704	9,706
Uruguay	8,397	9,384
Panamá	6,828	6,452
México	5,917	5,566
Argentina	5,330	6,123
El Salvador	4,718	3,967
Brasil	4,468	4,582
Honduras	4,431	4,780
República Dominicana	4,187	2,900
Colombia	4,362	4,778
Paraguay	3,745	3,880
Guatemala	3,834	3,502
Perú	3,590	4,107
Nicaragua	3,151	2,730
Venezuela	2,720	2,848
Bolivia	2,726	3,281
Ecuador	2,237	3,206

<sup>110</sup> Manuel, Alcántara, Sáez, “La democracia en América Latina: calidad y rendimiento”, p. 15. Disponible en: [www.freedomhouse.org%2Ftemplate.cfm%3Fpage%3D365%26year%3D2008&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs\\_rfai=iep.univ-lille2.fr/lib/tele.php?chemin=../PDF/EXAMEN/114.pdf](http://www.freedomhouse.org%2Ftemplate.cfm%3Fpage%3D365%26year%3D2008&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai=iep.univ-lille2.fr/lib/tele.php?chemin=../PDF/EXAMEN/114.pdf) (consulta: domingo 23-mayo.10; 23:55 hrs.)

## Partidos políticos y medios de comunicación

Fuente: Konrad Adenauer y Polilat. Disponible en: <http://www.idd-lat.org/Edicion%202006.htm>

Este cuadro permite, además, constatar las variaciones producidas en dos años consecutivos, pero también proyecta evidentes constantes. En este sentido, se registran cuatro grupos de países plenamente diferenciados de mayor, medio-alto, medio-bajo y menor desarrollo democrático. El primer grupo lo integran Chile, Costa Rica, Uruguay y Panamá. El segundo México, Argentina, Brasil, Honduras y Colombia.<sup>111</sup> Por las elecciones de 2006 se puede apreciar un leve deterioro en México.

**Cuadro 9**  
**Índice de Democracia de EIU de 2006**

País <sup>1</sup>	Procesos electorales y pluralismo	Funcionamiento del gobierno	Participación política	Cultura Política	Libertades civiles	Índice total
Costa Rica (25)	9,58	8,21	6,11	6,88	9,41	<b>8,04</b>
Uruguay (27)	10,00	8,21	5,00	6,88	9,71	<b>7,96</b>
Chile (30)	9,58	8,93	5,00	6,25	9,71	<b>7,89</b>
Brasil (42)	9,58	7,86	4,44	5,63	9,41	<b>7,38</b>
Panamá (44)	9,58	7,14	5,56	5,63	8,82	<b>7,35</b>
México (53)	8,75	6,07	5,00	5,00	8,53	<b>6,67</b>
Argentina (54)	8,75	5,00	5,56	5,63	8,24	<b>6,53</b>
Colombia (67)	9,17	4,36	5,00	4,38	9,12	<b>6,40</b>
Honduras (69)	8,33	6,43	4,44	5,00	7,06	<b>6,25</b>
El Salvador (70)	9,17	5,43	3,89	4,38	8,24	<b>6,22</b>
Paraguay (71)	7,92	5,00	5,00	4,38	8,53	<b>6,16</b>
Rep. Dom. (74)	9,17	4,29	3,33	5,63	8,24	<b>6,13</b>
Perú (75)	8,75	3,29	5,56	5,00	7,94	<b>6,11</b>
Guatemala (77)	8,75	6,79	2,78	4,38	7,65	<b>6,07</b>
Bolivia (81)	8,33	5,71	4,44	3,75	7,85	<b>5,98</b>
Nicaragua (89)	8,25	5,71	3,33	3,75	7,35	<b>5,68</b>
Ecuador (92)	7,83	4,29	5,00	3,13	7,94	<b>5,64</b>
Venezuela (93)	7,00	3,64	5,56	5,00	5,88	<b>5,42</b>
Cuba (124)	1,75	4,64	3,89	4,38	2,94	<b>3,52</b>

<sup>1</sup> Entre paréntesis se indica su posición en el contexto mundial

Fuente: The Economist Intelligence Unit's index of democracy. *The World in 2007*. Londres.

<sup>111</sup> *Ibid.* p. 16-17

[http://www.economist.com/media/pdf/DEMOCRACY\\_INDEX\\_2007\\_v3.pdf](http://www.economist.com/media/pdf/DEMOCRACY_INDEX_2007_v3.pdf)

El tercer índice considerado es el de democracia de Economist Intelligence Unit's (EIU). Éste es resultado de la integración de cinco variables: los procesos electorales y el pluralismo; el funcionamiento del gobierno; la participación política; la cultura política y las libertades civiles. La principal diferencia con los anteriores radica en la incorporación de la variable cultura política. El índice clasifica y agrupa en cuatro categorías a 167 países, tiene, por tanto, una característica muy relevante y es la de contextualizar a los países latinoamericanos en el panorama mundial. El primer grupo, de democracias plenas apenas si representan el 17 por ciento del total; el segundo grupo de democracias devaluadas son el 32 por ciento; los regímenes híbridos que constituyen el tercer grupo son el 18 por ciento; y finalmente se encuentran los regímenes autoritarios que suponen el 33 por ciento.

Con los cuadros anteriores queda suficientemente justificada la razón por la cual se han elegido los cinco países enunciados. Estos se encuentran con índices similares, además de que en la región son los más importantes e influyentes políticamente hablando. Aunado a esto, su regulación con respecto a los medios tiene características cualitativas que se han mencionado en el cuadro respectivo y que son relevantes para el análisis con la reforma de 2007 en México.

Ahora bien, todos los países incluidos, como se mencionó, presentan características similares con respecto a la calidad de su democracia según estos índices, en donde el acceso a medios es muy diverso; por ejemplo en Chile que es considerada una de las democracias más estables, consolidadas y

de calidad, el acceso a la Tv está vedado para los partidos políticos y candidatos en todo momento, dicho acceso sólo gratuito y lo otorga la institución correspondiente del gobierno de ese país, algo muy similar ocurre con Brasil. De igual forma, en Uruguay, también el tiempo de acceso es gratuito, sin embargo, existe la posibilidad de publicidad pagada con ciertos requisitos y restricciones (ver cuadro 4), en donde su estabilidad democrática no se ha visto impactada negativamente por el esquema de acceso a medios que tienen para los partidos y candidatos en tiempos electorales.

México con la reforma de 2007, cambio al sistema que presenta Chile, en donde, como en su momento se dijo, dicha reforma atentaba contra la libertad de expresión, la democracia, garantías de información, entre otras, sin embargo, al revisar el contexto internacional vemos que no es del todo así, puesto que en democracias más avanzadas que la nuestra, presenta esquemas restrictivos que no afectan, como se dice en México, a la democracia. Ahí es donde podemos ver la manipulación de los medios en general, pero con mayor énfasis, en las televisoras.

### CONCLUSIÓN

El objetivo del presente trabajo es mostrar una revisión teórica sobre la democracia procedimental particularmente. ¿Porqué democracia procedimental? Por un lado, éste concepto, como fue precisado en el contenido de este escrito, nos ayuda a operacionalizar y concretar los objetivos de esta investigación; por otro, es mucho más preciso su significado, puesto que se basa en una serie de procedimientos o pasos a seguir para llegar a un objetivo específico; la democracia, tanto su contenido conceptual como su alcance va mucho más allá de la descripción procesalista que se ocupa en este trabajo. El aspecto procedimental se concreta a observar una serie de puntualizaciones y preceptos legales para la toma de decisiones, el acceso al poder o el ejercicio del gobierno del Estado; por ello se utiliza dicho concepto, pese a que muchos autores, como se señaló, la puntualizan como minimalista.

Ahora bien, como se precisó, dentro de este concepto se ha elegido la teoría de Robert Alan Dahl, para saber cómo la democracia mexicana aún teniendo los elementos mínimos para considerarse una democracia, presenta dificultades para lograr una democracia de calidad. Específicamente el punto para analizar es el de las fuentes de información, las cuales se materializan en los medios de comunicación masiva. Prueba de esta falta de consolidación fue el desafío que representaron los medios de comunicación, en especial la Tv, en las pasadas elecciones federales de 2006, la cual a pesar de haber modificado las reglas procesales para tener unas elecciones limpias, certeras, transparentes, tratando de evitar los excesos que se presentaron en las elecciones de 2006, etc., los medios desafiaron dichas reglas e incluso

violentaron el nuevo marco legal; así es como se actualizan los supuestos de varios autores cuando mencionan que los medios son un poder tan grande y pesado para la democracia, que si no se les controla y somete al respeto de la ley, la pone en peligro.

Para tener claro que son los medios masivos de comunicación y su papel dentro de los regímenes democráticos, particularmente en tiempos electorales, se hizo una revisión teórica y empírica para entender su alcance y capacidad de penetración y poder. En este sentido, el caso de la Tv es de primordial importancia, los datos presentados son claro ejemplo de esto.

En los medios de comunicación masiva (la Tv) se juega gran parte de la acción política de nuestro tiempo. Los medios condicionan las formas de llevar adelante la movilización del electorado frente a los comicios, los ritmos y temas de una campaña, influyen en el conocimiento de los candidatos y en la trasmisión sus mensajes.

El político tuvo que aprender a utilizar los medios y con ellos nuevos registros de voz y manejar los nuevos tiempos que impone la Tv, pautada por tandas publicitarias y por programas acotados donde los segundos cuestan mucho dinero y lo máximo a usar son minutos y casi siempre no más de tres.

La relación medios y política, o si se quiere medios-democracia, en el sentido precisado, se ha convertido en un binomio esencial para el desarrollo de la democracia; en otras palabras, el vínculo entre medios y partidos dentro de una democracia, los primeros son una herramienta primordial para los objetivos que persiguen los segundos. Podemos decir que dicha relación se ha transformado al grado de que los partidos ahora dependen de los medios para

lograr sus objetivos, esta dinámica rebasa el ámbito partidos-medios y la relación con la política.

El haber tocado el aspecto de la calidad de la democracia, se debe a la relación estrecha que guarda con el tema y con la propuesta teórica de Dahl; sólo como una herramienta que coadyuve al análisis sobre las fuentes alternativas de información.

El aspecto comparado nos ayuda a ubicar a México en un contexto en donde ya había países con regulación parecida a la reciente reforma de 2007, y que no es un asunto novedoso que violenta la libertad de expresión ni representa retrocesos en la democracia, como pretendió (y aún continua haciéndolo) hacerlo ver la Tv en México; claro ejemplo es Chile, que está considerado como la democracia más consolidada de América Latina y presenta una regulación de acceso a medios restrictiva como la de la última reforma en este país. Lo mismo ocurre, aunque con otros matices, con Brasil.

Esta breve revisión teórica de ambos aspectos, es decir, de los medios y la democracia, se pretende profundizar para conformar el marco teórico de la investigación. Sin duda hace falta plasmar su profundidad y análisis, sin embargo, es sólo un acercamiento que ayude a visualizar y perfilar la investigación. Para complementar este marco, en el capítulo segundo se observará el aspecto jurídico que se relaciona directamente con nuestro objeto de estudio.

### BIBLIOGRAFÍA

- Abundis, Francisco (Parametría, 2005), “Los medios de comunicación en México”, en Revista AMAI. Disponible en: [www.amai.org/pdfs/revista-amai/AMAI-13\\_art8](http://www.amai.org/pdfs/revista-amai/AMAI-13_art8)
- Alcántara, Sáez, Manuel, “La democracia en América Latina: calidad y rendimiento”, Disponible en: [www.freedomhouse.org%2Ftemplate.cfm%3Fpage%3D365%26year%3D2008&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs\\_rfai=iep.univ-lille2.fr/lib/tele.php?chemin=../PDF/EXAMEN/114.pdf](http://www.freedomhouse.org%2Ftemplate.cfm%3Fpage%3D365%26year%3D2008&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai=iep.univ-lille2.fr/lib/tele.php?chemin=../PDF/EXAMEN/114.pdf)
- Alcántara, Sáez, Manuel, “Luces y sombras de la calidad de la democracia en América Latina”, en: *Revista de Derecho Electoral del Tribunal Supremo de Elecciones*, No. 6, segundo semestre 2008, San José de Costa Rica, p. 22
- Ballinas Valdés, Cristopher, Universidad de Oxford, *Artículo preparado para la mesa “Denigración, campañas negativas y libertad de expresión”* dentro del II Seminario Internacional del Observatorio Electoral Judicial, Ciudad de México, 16–18 de Noviembre de 2009. p. 4
- Barber, Benjamín, “Democracia Fuerte”, Ed. Almuzara Estudios, España, 2004, p. 72
- Berrocal, Salomé (coord.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Ed. Ariel Comunicación, Barcelona, 2003, p. 22
- Bobbio, Norberto, *El futuro de la democracia*, FCE, México, 1986, p. 14-15.
- Bobbio, Norberto, *Liberalismo y democracia*, FCE, Breviarios, México, 2000. p. 39
- Bohmann, Karin, “Medios de comunicación y sistemas informativos en México”, segunda edición, Ed. Alianza, México, 1994, p.181
- Bourdieu, Pierre, “Sobre la televisión”, Ed. Anagrama, Barcelona, 1997, p. 18

- Bravo, Jorge, *Medios de comunicación en México: entre el autoritarismo de Estado y el autoritarismo de mercado*, en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, año L, número 204, septiembre-diciembre de 2008, p. 58
- Cremoux, Raúl, *¿Televisión o prisión electrónica?*, México, FCE, 1974, p. 155
- Cuna Pérez, Enrique, “Los medios de comunicación en la sociedad democrática”, en Gustavo Ernesto Emmerich (coord.), *Situación de la democracia en México*, UAM-I, Oak editorial, México, 2009, p. 90-91
- Dahl, Robert Alan, *La democracia y sus críticos*, ediciones Paidós, Barcelona, 1992, p. 266-267 (También, del mismo autor, véase: *La democracia una guía para los ciudadanos*, Taurus, Madrid, España, 1999, p. 99-100)
- Dahl, Robert Alan, *La igualdad política*, FCE, México, 2008, (apéndice) p. 123-124
- Dahl, Robert Alan, *La poliarquía. Participación y oposición*. REI, México, 1993, p. 13
- Dahl, Robert Alan, *Un prefacio a la teoría democrática*, editorial Gernika, tercera edición 1998, México, p. 51
- Del Rey Morato, Javier, *Democracia y Posmodernidad. Teoría general de la información*, Editorial Complutense, Madrid, 1996, p. 183
- Denton, Jr., Robert E., “Political communications ethics: an oxymoron?”, edited by Robert E. Denton, Jr., Praeger publisher series in political communication, USA, 2000, p. 91.
- Duhem, Mónica, “La importancia de definir un concepto de la calidad de la democracia”, en Revista *El Cotidiano*, Núm. 140, noviembre-diciembre, año/vol. 21, UAM-Azcapotzalco, México, p. 59
- Ferrajoli, Luigi, *El garantismo y la filosofía del derecho*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2000, p. 128-129.

## Partidos políticos y medios de comunicación

---

- Gurutz, Jáuregui, *La democracia en la encrucijada*, Anagrama, Barcelona, 1994, p. 33
- Guy, Durandin, “La mentira en la propaganda política y en la publicidad”, 2ª edición, Paidós, Barcelona, 1990, p. 20-21. En Romeo Pardo (coord.), *op cit.* p. 84-85.
- Habermas, Jürgen, *Facticidad y validez*, Ed. Trotta, 5ª edición, 2008, Madrid, pp. 380.
- Huesca Rebolledo, Sabás, “La noticia por televisión”, en Sánchez de Armas, M.A. (coord.), *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana*, México, Espacio98-Revista Mexicana de Comunicación. p. 70
- Jerry, Hagstrom and Robert Guskind "Airborne Attacks", *National Journal*, No. 31, October 1992, pp. 2477-2482.
- Kirchheimer, Otto, “El camino hacia el partido de todo el mundo”, en: Kurt Lenk y F. Neumann (eds.), *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*, Ed. Anagrama, Barcelona, 1974, pp. 328-347.
- Lasswell, Harold Dwight, “The Structure and Función of Communication in Society”, en Wilbur Schramm (edit.), *Mass Communications*, Urbana, (1969), p. 103
- Lazarsfeld, Paul Félix, “Mass Media and Communications in Modern Society”, cap. 3, Boston, Allyn and Bacon Inc., 1954, pp. 106-123.
- Martínez Chapa, Adelaida del Carmen, “La televisión como un medio alternativo en la educación no formal en México”, *Tesis de Maestría*, UNAM, México, 2005, p. 20
- McQuail, Denis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, tercera edición revisada y ampliada, Barcelona, Paidós, 2000, p. 196.
- Mejía Barquera, Fernando, “Televisión y Política”, en Sánchez de Armas, M.A. (Coord.), *Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana*, México, Espacio98-Revista Mexicana de Comunicación, 1998, p. 137

## Partidos políticos y medios de comunicación

---

- Morlino, Leonardo, “Calidad de la democracia. Notas para su discusión”. En *Revista Metapolítica*, Num. 39, enero-febrero 2005, p. 38-39
- Morlino, Leonardo, *Democracias y democratizaciones*, México, Cepcom, 2005, p. 265-266
- Navarro, Fierro, Carlos, “El acceso de los partido políticos a los medios de comunicación”, en Dieter Nohlen *et alii.*, (compiladores), *Tratado de derecho electoral comparado de América Latina*, IIDH-UNIVERSIDAD DE HEIDELBERG-IDEA-TEPJF-IFE- FCE, segunda edición, México, 2007, pp. 795-820
- Oteo Torres, Luis Esparza, “La mercadotecnia política en el proceso democrático de México”, en: Romeo, Pardo (coord.), *Comunicación Política y Transición Democrática*, UAM-X, México, 1997, p. 77-80
- Páramo Ricoy, María Teresa, “Elecciones en el 2000: el papel estratégico de la televisión”, UAM-I, 2000, México, p. 5
- Popper, Karl R., y John Condry, "Una patente para producir Televisión”, en *La televisión es mala maestra*, FCE, colección popular, México, 2002, p. 54-55. (También en revista, *Nexos*, No. 220, México, abril de 1996.)
- Romeo Pardo (coord.), *Comunicación Política y Transición Democrática*, UAM-X, México, 1997, p. 77-80
- Rial, Juan, (1999), “Medios de comunicación, partidos y elecciones. Una relación a construir”. Ponencia presentada en el *Seminario Internacional: ‘Partidos políticos, medios de comunicación y el proceso democrático’*, Instituto Federal Electoral, México, D.F., 3-4 de febrero de 1999.
- Rospir, Juan Ignacio, “Introducción a la comunicación política”, en: Salomé Berrocal (coord.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Ed. Ariel Comunicación, Barcelona, 2003, p. 32.
- Sánchez Noriega, José Luis, “el verdadero poder de los medios de masas”, en *Latina*, revista de comunicación social, núm. 13, enero de 1999, La Laguna, Tenerife.

- Sartori, Giovanni, “Homo videns. La sociedad teledirigida”, Ed. Taurus, 2ª edición, México, 2001, p. 103
- Sartori, Giovanni, *Elementos de teoría política*, Alianza Editorial, Madrid, 1992, p. 47.
- Schmitter, Philippe, C., “Las virtudes ambiguas de la mención de cuentas”, en *Revista Metapolítica*, Núm. 39, enero-febrero 2005, pp. 61-75
- Siebert, F. S., y Theodore Peterson, *Cuatro teorías de la prensa en el mundo capitalista*, Buenos Aires, Ediciones de la Flor, 1956, p. 9.
- Thompson, Dennis Frank, *Political Ethics and Public Office*, Cambridge, MA: Harvard University Press. 1987. p. 3 Traducción en: Robert E., Denton, Jr., *Op. Cit.* p. 93
- Thompson, John B., “The Media and Politics”, Kate Nash and Alan Scott (Edited by), *The Blackwell Companion to Political Sociology*, USA, Blackwell Publishing, 2006, pp. 173-194.
- Trejo Delarbre, Raúl, “El imperio del marketing político. Cuando las imágenes desplazan a las ideas”, en *América Latina Hoy*, núm. 25, 2000, pp. 15-22.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Civilizar a los poderes salvajes*, p.134-136. Disponible en Internet: <http://mediocracia.wordpress.com/2005/12/19/poderes-salvajes/>
- Von Harpe, María, “La influencia de los medios masivos de comunicación en la política americana”, en Josef Thesing y Wilhel Hofmeister, *Medios de comunicación, democracia y poder*, Konrad-Adenauer-Stiftung-Cidela, Buenos Aires, Argentina, (1995), p- 85.
- Wolton, Dominique, *Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona, Gedisa, 1999. pp. 37-3



EL COMPORTAMIENTO DE LOS PARTIDOS POLITICOS, MEDIOS DE COMUNICACION Y AUTORIDADES ELECTORALES DURANTE EL PROCESO ELECTORAL FEDERAL DE 2009 EN MEXICO

En México, D.F., se presentaron a las 11:00 horas del día 9 del mes de julio del año 2010 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

- DR. GABRIEL PEREZ PEREZ
- DRA. CITLALLI VILLAFRANCO ROBLES
- DR. ALBERTO ESCAMILLA CADENA

Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretario el último, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRO EN ESTUDIOS SOCIALES (PROCESOS POLITICOS)

DE: RAUL FIGUEROA ROMERO



*Raul Figueroa Romero*  
RAUL FIGUEROA ROMERO

ALUMNO

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

APROBAR

REVISÓ

LIC. JULIO CESAR DE LARA ISASSI  
DIRECTOR DE SISTEMAS ESCOLARES

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó al interesado el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE CSH

*Jose Octavio Nateras Dominguez*

DR. JOSE OCTAVIO NATERAS DOMINGUEZ

PRESIDENTE

*Gabriel Perez Perez*

DR. GABRIEL PEREZ PEREZ

VOCAL

*Citlalli Villafanco Robles*

DRA. CITLALLI VILLAFRANCO ROBLES

SECRETARIO

*Alberto Escamilla Cadena*

DR. ALBERTO ESCAMILLA CADENA