

# Elección



Visión de periodistas  
acerca de la próxima  
elección presidencial

Coordinación:  
Magistrada Martha Leticia Mercado Ramírez  
Orlando Anaya González

# Elección



Visión de periodistas  
acerca de la próxima  
elección presidencial

Coordinación:  
Magistrada Martha Leticia Mercado Ramírez  
Orlando Anaya González

**Elección 2024: visión de periodistas  
acerca de la próxima elección presidencial**

DR. © 2024 Tribunal Electoral de la Ciudad de México  
Magdalena 21, Col. Del Valle Centro  
Benito Juárez, C.P. 03100  
Ciudad de México  
Tel. 55 5340 4600  
www.tecdmx.org.mx

**Primera edición:** marzo de 2024  
**ISBN:** En trámite  
Publicación de distribución gratuita

*El contenido y las opiniones expresadas en este libro  
son responsabilidad exclusiva de las autoras y autores.*

**Coordinación:**  
Magistrada Martha Leticia Mercado Ramírez  
Orlando Anaya González

**Coordinación de Comunicación Social  
y Relaciones Públicas**  
Coordinador: Orlando Anaya González  
Subdirector: Jorge Díaz Stringel

**Coordinación de Difusión y Publicación**  
Coordinador: Miguel Ángel Quiroz Velázquez  
Subdirectora: Andrea Cristina Lehn Angelides  
Diseño de portada: Luis Eduardo Gasca Velázquez  
Formación editorial: Arturo Rubén Servín Pérez

## DIRECTORIO

**Armando Ambriz Hernández**

Magistrado Presidente Interino

**Martha Leticia Mercado Ramírez**

Magistrada

**Juan Carlos Sánchez León**

Magistrado

**Elizabeth Valderrama López**

Secretaria General

**Luis Martín Flores Mejía**

Secretario Administrativo

**Sandra Araceli Vivanco Morales**

Defensora Pública de Participación Ciudadana y de Procesos Democráticos

**Agar Leslie Serrano Álvarez**

Encargada de Despacho de la Contraloría Interna

**Eber Dario Comonfort Palacios**

Director General Jurídico

**María Dolores Corona López**

Secretaria Técnica de la Comisión de Controversias Laborales y Administrativas

**Armando Azael Alvarado Castillo**

Encargado de Despacho de la Unidad Especializada de Procedimientos Sancionadores

**Elvira Susana Guevara Ortega**

Directora de la Unidad de Estadística y Jurisprudencia

**Otilio Esteban Hernández Pérez**

Director de la Unidad de Servicios Informáticos

**Anabell Arellano Mendoza**

Directora del Instituto de Formación y Capacitación

**Christian Alberto Ruiz Sánchez**

Director de Vinculación y Enlace

Coordinación de Vinculación y Relaciones Internacionales

**Haydeé María Cruz González**

Coordinadora de Transparencia y Datos Personales

**Sabina Reyna Fregoso Reyes**

Coordinadora de Archivo

**Norma Elena Flores García**

Encargada de Despacho de la Coordinación de Derechos Humanos y Género

**Orlando Anaya González**

Coordinador de Comunicación Social y Relaciones Públicas

**Miguel Ángel Quiroz Velázquez**

Coordinador de Difusión y Publicación

# Índice

Prólogo ..... 7

**Sonia Pérez Pérez**

*La confianza ciudadana, pieza clave  
para la reconstrucción del tejido social  
en la Ciudad de México*

**José Enrique Dupré Arámburu** ..... 13

*De la violencia a “fake news”,  
los retos de los medios y periodistas  
en las elecciones 2024*

**José Luis Medina Rivera** ..... 27

*El papel de la libertad de expresión  
rumbo a las elecciones de 2024*

**Juan Manuel Jiménez** ..... 35

*El derecho a la información de la  
sociedad en las elecciones 2024 en México*

**Luis Eduardo Velázquez** ..... 45

<i>Los medios de comunicación como catalizador de oponiones rumbo a las elecciones 2024</i>	
<b>Martha Bautista Gallangos</b> .....	55
<i>Acerca de la cobertura informativa indebida</i>	
<b>Martha Leticia Mercado Ramírez</b> .....	65
<i>Transparencia, elecciones y periodismo</i>	
<b>Raúl Llanos Samaniego</b> .....	77

# Prólogo

*Sonia Pérez Pérez*

Consejera del Instituto Electoral  
de la Ciudad de México

Agradezco al Tribunal Electoral de la Ciudad de México y en lo particular a la Magistrada Martha Leticia Mercado Ramírez por la invitación para elaborar el prólogo de la obra *Elección 2024: visión de periodistas acerca de la próxima elección presidencial*.

Sin duda se trata de una obra única en su tipo, porque está dedicada, como su nombre lo dice, a analizar el proceso electoral 2023-2024, pero desde una mirada fresca y única al estar escrito mayoritariamente por importantes personas periodistas de diferentes medios de comunicación. Este solo hecho permite imaginar la agudeza de las reflexiones y un enfoque distinto al jurídico, que también se ofrece en la obra.

En lo general, se presenta una visión amplia de problemáticas que circundan a la labor periodística y su importancia en el proceso electoral, como son las *fake news*, la propaganda electoral, la violencia, el derecho de acceso a la información, la relevancia de las solicitudes de información para

el periodismo, la necesidad de ser muy cuidadosas y cuidadosos ante las influencias o sesgos políticos, la libertad de expresión, las opiniones e incluso las personas líderes de opinión. También se destacan riesgos como posibles ataques a las personas comunicadoras con motivo de sus notas informativas y se señala un reto muy importante que es la necesidad de recuperar la confianza ciudadana en las instituciones gubernamentales en general, y electorales en particular.

Con la finalidad de despertar el interés de las personas lectoras, procederé a hacer un breve recuento de los contenidos del libro que nos ocupa.

**“La confianza ciudadana, pieza clave para la reconstrucción del tejido social en la Ciudad de México”**, de José Enrique Dupré Arámburu, plantea la relevancia de la confianza ciudadana en los regímenes democráticos y las consecuencias que se acarrearán por la ausencia de ésta en las instituciones, es una visión interesante de las problemáticas que se pueden generar y los efectos que tendrán en nuestra democracia.

**“Los medios de comunicación como catalizador de opiniones rumbo a las elecciones 2024”**, de Martha Bautista Gallangos, Directora Editorial del diario *ContraRéplica*. Sustancialmente expone los principales retos que tienen los medios de comunicación en su labor informativa, los que, desde su perspectiva, desempeñan un papel importante en acelerar o retardar procesos de análisis, de manera que tienen una gran influencia en el proceso electoral en curso. Aporta también una visión teórica sobre los principios que le son aplicables a los medios

de comunicación, consecuentemente es una visión interesante con aportes sustanciales.

**“El papel de la libertad de expresión rumbo a las elecciones del 2024”**, de Juan Manuel Jiménez, periodista y conductor de radio y TV. Mediante una profunda reflexión realiza relevantes planteamientos sobre las opiniones de la ciudadanía en general y en particular de las personas que laboran en medios de comunicación y personas líderes de opinión. Para él, todas las voces deben ser escuchadas para enriquecernos entre las personas, lo que menos importa es quién tiene la razón.

**“Transparencia, elecciones y periodismo”**, de Raúl Llanos Samaniego; expone sobre el derecho de acceso a la información y en específico la trascendencia de las solicitudes de información en una nueva faceta de periodismo que se nutre de esta información pública. Destaca la relevancia de que se haya incorporado a los partidos políticos como sujetos obligados de las leyes de transparencia, con ello pone en evidencia la forma en que las reformas legales han incidido en la vida cotidiana en distintos ámbitos.

**De la violencia a *fake news*, los retos de medios y periodistas en las elecciones de 2024**, de José Luis Medina Rivera, editor de *Home Milenio.com*; el autor realiza un detallado recuento de diversas problemáticas que inciden en la labor periodística y que, por tanto, pueden afectar a la cobertura del proceso electoral y la jornada de 2024, entre ellos, habla de la violencia, la pedagogía de los procesos electorales, las llamadas *fake news* y la propaganda disfrazada de periodismo, pero también resalta algunas de las posibles soluciones, como por ejemplo,

los códigos de ética y la figura del “defensor de las audiencias”.

**“Acerca de la cobertura informativa indebida”**, escrito por la Magistrada Martha Leticia Mercado Ramírez, del Tribunal Electoral de la Ciudad de México, nos presenta un interesante análisis de la causal de nulidad de elecciones por cobertura informativa indebida, como forma de hacer frente a los intentos por desequilibrar los procesos electorales con un periodismo simulado, dada la influencia que pueden tener los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. Se trata de una colaboración de carácter jurídico que complementa de la mejor manera las diferentes visiones que presentan el resto de las autoras y autores de la obra.

**“El derecho a la información de la sociedad en las elecciones de 2024 en México”**, de Luis Eduardo Velázquez, periodista, abogado y director de *Capital CDMX*; el autor delinea el derecho a la información que tienen todas las personas en las sociedades modernas y el importante papel que juega el periodismo en el cumplimiento de este derecho; por lo que destaca la importancia de imponer un freno a la desinformación en redes sociales y no caer en la polarización, para ofrecer una perspectiva amplia del panorama electoral, sin sesgos políticos o ideológicos.

Como puede observarse la obra es destacable por la multitud de tópicos que se abordan, siempre en torno al eje central que es el proceso electoral 2024, en particular respecto de la labor periodística, así como sus retos y responsabilidades; estos temas son la libertad de expresión, el derecho de acceso

a la información, la transparencia, la necesidad de confianza en las instituciones, la cobertura informativa indebida, entre otros. Esto comprueba que es, sin duda, muy oportuna y significativa en el momento histórico que estamos viviendo.

Es por todo ello que resulta obligada la lectura de este relevante libro que ofrece el Tribunal Electoral de la Ciudad de México, como una opción interesante y a la vez ilustrativa del proceso electoral 2024, visto desde la mirada de personas integrantes de medios de comunicación. Enhorabuena para el Tribunal y para la Magistrada Martha Leticia Mercado Ramírez, coordinadora de la obra.

# Elección



# **La confianza ciudadana, pieza clave para la reconstrucción del tejido social en la Ciudad de México**

*José Enrique Dupré Arámburu*

Periodista

## **¿POR QUÉ HABLAR DE CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES?**

Las elecciones de 2018 son reconocidas como un parteaguas en la historia reciente de México. La sociedad optó por un cambio que pusiera fin a la corrupción y violencia que se vivía en todo el país y cuyo símbolo más importante fue la desaparición de los 43 estudiantes normalistas en Ayotzinapa en septiembre de 2014. La campaña de Andrés Manuel López Obrador generó una esperanza renovada en las instituciones y el régimen democrático que tantos años había costado consolidar por parte de un sector de la población. Sin embargo, esta esperanza comenzó a deteriorarse y fue sustituida

rápidamente por la polarización y la descalificación de instituciones. Es así como debemos preguntarnos, ¿de qué tamaño es la desconfianza institucional?, ¿ocurre lo mismo con las autoridades electorales?, ¿es posible recuperar la confianza en las autoridades?

Al hablar de democracia se habla de una forma de gobierno en la que el poder es ejercido por todas las personas que componen el Estado, en interés de todas y todos, tanto de personas gobernadas como de gobernantes. Su legitimidad radica en el libre consentimiento de quienes integran la comunidad. De ahí que la confianza entre las personas y las instituciones resulte fundamental, ya que, de no existir confianza, no se podrá optar con libertad en la toma de decisiones. Por esta razón, la posibilidad de una pérdida de confianza generalizada puede llevar a una crisis del sistema democrático.

## **¿LA SITUACIÓN DE DESCONFIANZA ES EXCLUSIVA DE MÉXICO?**

En los últimos años, se han realizado estudios sobre la confianza institucional. El Instituto Nacional Electoral, el Instituto Nacional de Geografía y Estadística, IDEA-Internacional o la Fundación Konrad Adenauer han sido algunos de los promotores. La constante en los resultados de dichos estudios es la presencia de un deterioro en la confianza que la ciudadanía tiene no sólo hacia las autoridades, sino entre las personas. Las causas van desde la impunidad, la desvinculación social en redes sociales y el desencanto con los resultados que han tenido los gobiernos democráticamente electos.

Esta situación no se circunscribe a México. En el mundo entero hemos sido testigos del surgimiento de movimientos

que erosionan las instituciones, llegando al grado de ir en contra de la existencia misma del Estado y postulando la instauración de nuevas autoridades como “el mercado” o “la raza”, como ocurrió con el Brexit, los movimientos antieuropeístas o las propuestas de *shock* impulsadas por Javier Milei en Argentina. La constante en todos estos casos es la falta de resultados de gobiernos precedentes en atender los problemas sociales y económicos.

De acuerdo con el Informe de Latinobarómetro 2023, la democracia en América Latina afronta una crisis importante; menos de la mitad de la población apoya esta forma de gobierno, lo que representa una disminución de 15% respecto a 2010; es decir, el actual es uno de los niveles de insatisfacción más altos desde 1995 (Latinobarómetro, 2023). Esta insatisfacción ha sido la causa principal del aumento de simpatizantes de regímenes autoritarios y populistas. Lo anterior, se suma a la incapacidad de atender las problemáticas sociales que provocan la polarización de la sociedad y del sistema político.

Contrario a lo que ocurre en la región, la situación en México parece más favorable, ya que la opinión de que la democracia es la mejor forma de gobierno mantiene un gran apoyo social (ver gráfica 1). Sin embargo, existe un detalle preocupante, una erosión del 8% en el apoyo a la democracia desde la pandemia, lo que se suma a que un 28% es indiferente al tipo de régimen y un tercio más apoya una opción autoritaria (Latinobarómetro, 2023). Lo anterior resulta interesante, toda vez que una importante proporción de la sociedad considera que el gobierno trabaja por el bien de la ciudadanía, opinión que se encuentra en el nivel más alto reportado y que se consolida con una caída en la idea de que el país

es gobernado por unas cuantas personas en su propio beneficio (ver gráfica 2).

Por lo que hace a la confianza en las instituciones, desde la llegada de Morena al poder ha aumentado la confianza en el gobierno. Esto es, la gran mayoría de las personas que apoyaron con su voto a Morena en 2018, siguen dando un voto de confianza, a pesar de los resultados obtenidos. La causa de este repunte es la afinidad con la figura del presidente de la República que lo identifica como un líder carismático (Latinobarómetro, 2023). En contraste, la confianza en las instituciones electorales se ha mantenido sin cambios relevantes desde 2006, con opiniones de algo y poca confianza (ver gráfica 3). De ahí que sea importante repensar la manera en que las instituciones electorales comunican su trabajo a la ciudadanía y hacen un trabajo accesible y plural, a pesar del grado de tecnicismos que requiere.

La desconfianza también se funda en factores sociodemográficos. Lo anterior se refleja en el Informe *“Building Trust to Reinforce Democracy”*, en que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) presentó los siguientes hallazgos respecto a la confianza en instituciones públicas:

- A. Las personas con menores niveles de ingreso y educación tienen menor confianza en el gobierno.
  
- B. Las personas jóvenes desconfían más del gobierno. Mientras que el 36.9% de las personas de entre 18 y 29 años confían en sus gobiernos, más del 45.9% de las personas mayores de 50 años lo hacen. Sin embargo, México es uno de los tres países de la OCDE

en que la juventud tiene más confianza en el gobierno, con cerca del 60%.

C. La confianza institucional varía según la región del país y los factores socioeconómicos.

D. Las vulnerabilidades percibidas son más importantes que las socioeconómicas basadas en ingreso y educación.

E. La afinidad política tiene un peso importante, ya que es dos veces más probable que confíen en el gobierno las personas que votaron por él. Con relación a esto, la percepción de pérdida de poder político afecta la confianza (OCDE, 2022).

## ¿CÓMO NOS ENCONTRAMOS EN MÉXICO?

La Fundación Konrad Adenauer, en coordinación con el INE, Polilat.com, la Confederación USEM y el Centro de Estudios Políticos y Sociales, en el Índice de Desarrollo Democrático de México 2022 (IDD) advierten que la pandemia de Covid-19 tuvo un fuerte impacto sobre los actores sociales, económicos, políticos e institucionales, que resquebrajó el tejido social y deterioró el ejercicio de libertades. De igual modo, los indicadores se encuentran por debajo del promedio histórico en las distintas dimensiones que se valoran (*democracia de la ciudadanía, democracia de las instituciones, democracia social y democracia económica*).

Por cuanto hace a la democracia de las instituciones, en el IDD se ponderan la eficiencia y calidad del sistema

institucional y político, la rendición de cuentas (*accountability*), así como el balance del poder interinstitucional para controlar a personas gobernantes y funcionarias públicas para que actúen conforme a la ley y con responsabilidad. Por su parte, la *accountability* contempla dos aspectos, el legal y el político, y el social. Este último incluye las acciones e iniciativas civiles, como el ejercicio de la libertad de expresión, la transparencia y el gobierno abierto, como contrapesos al gobierno. Para el caso del IDD, esta dimensión fue la única que tuvo un incremento, aunque se mantuvo por debajo de los niveles aceptables de forma histórica. De esta manera, el tema de la democracia en las instituciones necesita atenderse con prioridad en la agenda política (KAS, 2022).

Por lo que respecta a la Ciudad de México, la situación no es distinta a lo que ocurre a nivel nacional. De acuerdo con el IDD, la Ciudad de México se encontró en el cuarto lugar del *ranking* nacional con un desarrollo medio. Sin embargo, cuando ponemos atención en la dimensión *democracia en las instituciones*, la ciudad se aleja al lugar 18, con un desarrollo bajo y lejos de su promedio histórico.

Lo anterior permite ver que el resultado menos favorable en la ciudad fue el relativo a la *accountability social*, en tanto que la *accountability legal y política* sólo superó marginalmente el promedio nacional. De ahí que resulta prioritario que la ciudad se enfoque en atender esta situación, ya que durante dos sexenios no ha sido capaz de mejorar ni de consolidar algunos de los indicadores que se consideran importantes para determinar la calidad de las instituciones democráticas, al grado de que en los últimos años ha tenido uno de los niveles más bajos de su historia, distante de su máximo histórico logrado en 2010 (KAS, 2022). No obstante, la juventud,

contrario a la opinión generalizada, sigue apostando por la democracia y el gobierno.

Por otra parte, el Segundo Informe sobre Cultura Cívica en la Ciudad de México 2022, del Instituto Electoral de la Ciudad de México, presentó información contrastante con lo que señala el Latinobarómetro. En este Informe, el 60% de la población consultada consideró que “La democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno”; es decir, 16 puntos porcentuales por encima de 2017 y ocho puntos menos en el apoyo a posturas antidemocráticas. Estos cambios también se reflejan en la percepción sobre el régimen democrático en que se vive, en el que se dio un aumento de 52% respecto a 2017, lo que resulta un cambio significativo (IECM, 2023).

## **¿SE PUEDE RECUPERAR LA CONFIANZA?**

El análisis que realiza el IECM advierte que la desconfianza en los procesos electorales o en las instituciones no necesariamente proviene de un descontento hacia la democracia. Por el contrario, esta situación es provocada por la falta de vinculación de los resultados institucionales y gubernamentales con las características típicas de la democracia. De esta manera, propone que, más que un desencanto con la democracia, existe una desafección política,<sup>1</sup> es decir, bajos niveles de confianza en las instituciones, en los mecanismos de representación democrática y en sus representantes. Lo más relevante de esta conclusión es que, de acuerdo con Torcal,

---

1. Para Torcal, la desafección política ocurre cuando la ciudadanía tiene un sentimiento de imponentia o falta de confianza en las instituciones y procesos políticos, por lo que se aleja de las decisiones públicas e incluso deja de cuestionar el régimen (Torcal y Montero, 2006).

la desafección no implica una crisis de legitimidad democrática y tampoco responde al apoyo al régimen democrático. ¿Qué tan cierto es esto?

A partir de los datos presentados por los diversos estudios, se puede decir que México y la Ciudad de México viven un proceso de construcción de ciudadanía, basado en la desconfianza entre personas y hacia la autoridad, incluidas las electorales. Esto permite conocer claramente las acciones a tomar para recuperar la confianza, en particular en los órganos electorales.

En primer lugar, los órganos electorales necesitan impulsar procesos de construcción de ciudadanía y de promoción del compromiso ciudadano. Un ejemplo de ello son los mecanismos e instrumentos de participación ciudadana implementados en la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México, así como una apuesta por el trabajo horizontal, directo y permanente con las vecinas y vecinos en procesos como el presupuesto participativo, que implican coordinación y diálogo entre el IECM, las autoridades administrativas y la ciudadanía. Esta perspectiva implica que las autoridades se vuelquen por trabajar realmente en favor de la ciudadanía, dejar la comodidad del “siempre se ha hecho así” para hacer las cosas conforme lo requiere la ciudadanía, escuchando y siendo cuidadosas de las necesidades colectivas, atendiendo las distintas variables socioeconómicas. Mediante estos mecanismos, se aprende sobre los propios intereses, se comprenden las necesidades de las y los otros y, más importante aún, la autoridad deja de tener posiciones intransigentes.

Una segunda acción es profundizar el respeto a los derechos civiles y políticos, así como a la libertad de expresión. Lo anterior permite avanzar en el acceso a los derechos de grupos de población históricamente relegados como las mujeres,

las personas mayores, los pueblos indígenas y las personas LGBTTTIQ. Para el caso de la ciudad, una de las tareas pendientes es mantener el ánimo de las juventudes en el proceso democrático, a través de mecanismos permanentes de diálogo y participación. Cabe incluir en este apartado la educación cívica, de tal manera que se difundan los derechos y la forma de hacerlos efectivos, así como los mecanismos para la protección de la libertad de expresión y de prensa.

En tercer lugar, se debe instrumentar una mejor rendición de cuentas. Este tema implica la generación de una identidad entre la ciudadanía y el órgano electoral respecto de las actuaciones realizadas, así como reforzar la transparencia y el acceso a la información pública. Es importante que haya un acercamiento activo con la ciudadanía, se resuelvan dudas y se genere una mayor interacción entre los distintos actores de la participación ciudadana y el proceso electoral. Asimismo, que se supere la etapa de usar tecnicismos para facilitar el acceso de la ciudadanía a la función pública.

La cuarta acción es combatir la impunidad de forma decidida y expedita, con respeto al marco legal vigente. En el caso de la resolución de expedientes de queja, hay que velar por los principios constitucionales de la materia electoral y de los derechos humanos; así como con la imposición de sanciones a los responsables, de forma proporcional a las conductas realizadas.

Estas cuatro acciones permitirán dar pasos firmes a la autoridad electoral local para poder recuperar la confianza en las instituciones, reconstruir el tejido social y avanzar en la construcción de ciudadanía.

## **CONCLUSIÓN**

Reconstruir la confianza interpersonal y en las instituciones es fundamental para consolidar el régimen democrático. No basta la existencia de personas líderes carismáticas, se requiere un trabajo colectivo y arduo para afianzar los sistemas democráticos y participativos. Se necesita recuperar y acrecentar la confianza de la ciudadanía en las instituciones, así como en la democracia como forma de vida.

Para ello deben construirse mecanismos para atender las necesidades colectivas con una participación permanente de todos los actores políticos y sociales, de tal manera que se les haga partícipes en la toma de decisiones. Asimismo, es fundamental la adopción de modelos de liderazgo horizontales, dialogados y participativos que involucren a la juventud. De igual manera, se debe trabajar en impulsar el conocimiento y ejercicio de los derechos civiles y políticos, en particular respecto a los grupos de atención prioritaria y el pleno respeto a la libertad de expresión. Finalmente, debemos contar con mecanismos que permitan instrumentar una eficiente rendición de cuentas, así como el acceso a la información pública y el combate a la impunidad.

## GRÁFICAS

Gráfica 1. Confianza en el Gobierno: México (Excel: confianza en el gobierno)



Fuente: Latinobarómetro, 2023.

Gráfica 2. ¿Es México gobernado por unos cuantos grupos poderosos en su propio beneficio o para el bien de todo el pueblo? (Excel: País gobernado)



Fuente: Latinobarómetro, 2023.

Gráfica 3. Confianza en la institución electoral del país: México. (Excel confianza en la institución electoral)



Fuente: Latinobarómetro, 2023.

## FUENTES

Instituto Electoral de la Ciudad de México (2012). *Segundo informe sobre cultura cívica en la Ciudad de México*. México: IECM.

International IDEA (2023). *The Global State of Democracy 2023: The New Checks and Balances* International IDEA. Estocolmo. Disponible en: <https://www.idea.int/gsod/2023/chapters/americas/#footnote-5be49442308e> (Consultado el 20 de enero de 2024).

Instituto Nacional Electoral y El Colegio de México (2015). *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México: Resumen ejecutivo*. Instituto Nacional Electoral: México.

Konrad Adenauer Stiftung, *et al.* (2022). *IDDMEX: Índice de Desarrollo Democrático de México*. México. Disponible

en: <https://idd-mex.org/estudios-y-datos/#:~:text=de%20tu%20estado.,Descargar%20el%20libro%E2%9F%B6,-Archivos> (Consultado el 20 de enero de 2024).

Latinobarómetro (2023). *Informe Latinobarómetro 2023: La recesión democrática de América Latina*. Santiago: Corporación Latinobarómetro. Disponible en: <https://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>

Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México (2022). Gobierno de la Ciudad de México, Consejería Jurídica y de Servicios Legales.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2022). *Building Trust to Reinforce Democracy: Main Findings from the 2021 OECD Survey on Drivers of Trust in Public Institutions*. Disponible en: [https://www.oecd-ilibrary.org/governance/building-trust-to-reinforce-democracy\\_b407f99c-en](https://www.oecd-ilibrary.org/governance/building-trust-to-reinforce-democracy_b407f99c-en) (Consultado el 20 de enero de 2024).

Pérez Duharte, José Alfredo (s/a). “La gobernanza electoral en América Latina”. En *Reformas políticas en América Latina*. México: Organización de los Estados Americanos - Instituto de Investigaciones Jurídicas - *National Endowment for Democracy*.

Torcal, Mariano (2006). “Desafección institucional e historia democrática en las nuevas democracias”. *Revista SAAP. Publicación de Ciencia Política de la Sociedad Argentina de Análisis Político*, vol. 2, núm. 3, agosto, pp. 591-634, Argentina: Sociedad Argentina

de Análisis Político. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3871/387136359006.pdf> (20 de enero de 2024)

Urruty Navatta, Carlos Alberto (2007). “La importancia de los organismos electorales”. *Revista de Derecho Electoral Tribunal Supremo de Elecciones*, núm. 3, primer semestre.

# **De la violencia a *fake news*, los retos de medios y periodistas en las elecciones de 2024**

*José Luis Medina Rivera*

Editor de Home de Milenio.com

Los rostros de las personas periodistas y los logos de medios de comunicación no estarán impresos en las boletas electorales el 2 de junio; la ciudadanía no será convocada para votar por la persona presentadora de noticias que más simpatía y afinidad le genere; y las y los reporteros no serán vistos recorriendo las calles para presentar su visión de país o programa de gobierno.

Sin embargo, quienes trabajan en los medios de comunicación y las empresas estarán en una contienda parecida, pues buscarán la preferencia de personas lectoras, televidentes o radioescuchas para que los elijan y con su clic o sintonía voten por ellas y ellos, y así puedan informarles.

La contienda, que en este caso es diaria, debe hacerse pensando siempre en las personas lectoras, pues más allá de en qué medio se labore, las y los periodistas, a diferencia

de los actores políticos, sin credibilidad difícilmente pueden estar en esta trinchera.

En este texto se abordará el papel de los medios de comunicación para informar a una sociedad cada vez más crítica y demandante de contenidos que satisfagan sus necesidades en el proceso electoral más complejo en la historia del país, por los cargos en juego y el contexto nacional.

Algunos de los retos consisten en explicar cómo funcionan los órganos electorales y sus procesos: cuáles son los tiempos y argumentos en sus decisiones, para no dar oportunidad de apoderarse del debate a la suspicacia o a la desinformación.

Por la velocidad de la información y la demanda de trabajo de la persona periodista, puede ser tentador informar a las audiencias sólo una de las decisiones de los órganos electorales sin detallar los procesos o las fases de éstos.

Un ejemplo que se aproxima a esta idea ocurrió en 2021, cuando el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) negó a Félix Salgado Macedonio y Raúl Morón ser candidatos de Morena a las gubernaturas de Guerrero y Michoacán, respectivamente.

El argumento del TEPJF, ratificando al Instituto Nacional Electoral (INE), fue que ambos actores políticos no reportaron informes de gastos de precampaña; sin embargo, la respuesta de uno de ellos fue en otro sentido:

A ellos se les olvidó que soy senador de la República con licencia, y me van a oír mi pico en la tribuna, y ahora sí me los voy a chingar, me los voy a chingar y bonito, ahí nos vamos a ver las caras, el INE y el Trife (*sic*) yo ya les dije [...] felicidades, Lorenzo, esta será la última elección que organiza el INE y así va a ser ¿verdad?». Advirtió Salgado

Macedonio el 2 de mayo de 2021 tras perder la candidatura.<sup>1</sup>

Si bien no es obligación absoluta de los periodistas y medios explicar las decisiones de órganos electorales, pues también dichas instituciones deben hacerlo como en este caso, sí es menester informar lo más claro posible a nuestros lectores y lectoras.

Otros de los retos que los medios enfrentarán son las noticias falsas, la violencia, propaganda disfrazada de periodismo, y varios más, los cuales se describirán más adelante.

También en este trabajo se ofrecerán propuestas que, a consideración de quien escribe, pueden abonar a mejores prácticas periodísticas en tiempos electorales; una de ellas es insistir en la aplicación y conocimiento del códigos de ética para, entre otras cosas, evitar reproducir narrativas que puedan caer en violencia política en materia de género, entre otros elementos.

En las escuelas de periodismo, como la FES Aragón de la UNAM, se enseña que las y los periodistas jamás deben ser “la nota”, esta idea instruye a que la información ofrecida a las audiencias sea la que hable y no las posturas personales de las personas que ejercen esta labor.

Sin embargo, es loable esta iniciativa del Tribunal Electoral de la Ciudad de México, pues las personas dedicadas al periodismo deben asumir una postura profesional en el marco

---

1. Milenio Digital, “Félix Salgado promete ‘chingarse y bonito’ al INE y Tribunal Electoral”, Grupo MILENIO, 2 de mayo de 2021. Disponible en: <https://www.milenio.com/politica/elecciones-2021/felix-salgado-macedonio-promete-chingar-ine-tepjf>

del proceso electoral en curso, y qué mejor que plasmarla en este espacio.

Lo más importante es llevarla a la práctica, para ser consecuentes entre el decir y el hacer.

## **DE LA VIOLENCIA A *FAKE NEWS*, LOS RETOS**

### **VIOLENCIA**

La violencia presente en el país afecta a todos los sectores, incluida la clase política y las y los representantes de los medios de comunicación. En 2021, durante el proceso electoral federal, la organización Artículo 19 documentó 81 agresiones contra periodistas.<sup>2</sup>

La presencia de grupos delictivos en el país, que un estudio reciente asegura que ocupa el 81 por ciento del territorio nacional,<sup>3</sup> podría inhibir las actividades de las personas candidatas y, por ende, de quienes cubren dichos eventos para los medios de comunicación, o sea, las y los periodistas.

En este punto, además de vulnerarse algo tan básico como la seguridad y el bienestar de periodistas, también se afecta otro derecho básico, plasmado en el artículo sexto de la Constitución: el derecho a la información.

## **PEDAGOGÍA DE PROCESOS ELECTORALES**

---

2. Article 19, “Informe Elecciones 2021: Un voto a la censura”, Artículo 19, 20 de septiembre de 2021. Disponible en: <https://articulo19.org/informe-elecciones-2021-un-voto-a-la-censura/>

3. Héctor de Mauleón, “Crimen organizado cubre 81% de México: estudio”, *El Universal*, 19 de junio de 2023. Disponible en: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/crimen-organizado-cubre-81-de-mexico-estudio/>

El funcionamiento de los órganos electorales, como el Tribunal Electoral de la Ciudad de México o el Instituto Nacional Electoral, puede ser fácil de comprender para las personas periodistas asignadas a dichas fuentes.

Pero al emplearse leyes, reglamentos y palabras, que son parte de la jerga electoral, a más de una persona podría costarle trabajo comprender su funcionamiento y, por ende, desincentivaría su interés de informarse.

En otros ámbitos jurídicos se han creado mecanismos para explicar mejor las decisiones legales, como las sentencias de fácil lectura.

## ***FAKE NEWS***

Las noticias falsas son un problema que no sólo afectará en este proceso electoral, sino que estará presente por mucho tiempo.

Iniciativas periodísticas como El Sabueso, de *Animal Político*, son benéficas para combatir este fenómeno.

Un deber de los medios y de las personas periodistas es verificar la información antes de publicarse, pues la tentación de ganar la nota con fines de posicionamiento en Internet o redes puede incentivar a no corroborar datos, y esto será más perjudicial que perder algunas vistas.

En la trinchera de las instituciones, sería loable fortalecer la comunicación y relación institucional tanto con los medios como con las y los periodistas, para alertar sobre cualquier noticia falsa.

## **PROPAGANDA DISFRAZADA DE PERIODISMO**

Un problema persistente es la propaganda disfrazada de periodismo. No se requieren mayores ejemplos, pues con tan sólo salir a la calle podrán verse espectaculares con publicidad de revistas desconocidas o libros, que en su portada tienen actores políticos y cabeceo con frases muy lejanas a algo periodístico, y cuya intención es promover al aspirante para alguna candidatura.

En este rubro falta un amplio debate con propuestas que no sean contraproducentes para las personas periodistas, las cuales puedan caer en la censura; sin embargo, de este punto se valen quienes hacen propaganda para realizar su labor sin consecuencias mayores.

## **PROPUESTAS ANTE EL PROCESO ELECTORAL**

### **CÓDIGO DE ÉTICA**

Varios medios como *El Universal*, *Animal Político*, entre otros, han hecho públicos en sus portales de internet sus respectivos códigos de ética para su labor informativa.

De hecho, los medios adheridos a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) cuentan con uno propio para “prevenir comportamientos de los que se pueda derivar algún tipo de daño a la sociedad o desprestigio para el ramo de la radiodifusión”.<sup>4</sup>

Aunado a ello, los medios públicos han dado cátedra en la difusión de la figura del defensor de las audiencias, como

---

4. CIRT, “Código de ética”, Cámara de la Industria de la Radio y Televisión. Disponible en: <https://cirt.mx/codigo-de-etica/>

Canal 11 o Radio Educación, para que las y los televidentes o radioescuchas, en este caso, puedan acercarse si consideran que algún derecho o contenido les resulta negativo.

Ambas figuras deben de impulsarse, la primera para que los medios y periodistas tengan una guía en su labor, con la garantía de la libertad de expresión necesaria para tal fin y, la segunda, para que las audiencias tengan una figura que las respalde cuando se sientan vulneradas.

## **CONCLUSIONES**

El papel de los medios de comunicación en este proceso electoral es mayúsculo y el reto es de la misma magnitud.

La discusión que habrá en las próximas semanas sobre las personas candidatas, sus proyectos de nación y el desempeño de las y los funcionarios en el poder, requiere hacerse con datos verídicos que refuercen la postura de las personas.

La equidad en las coberturas informativas es algo que debe garantizarse para que exista piso parejo, como en últimas fechas se ha popularizado dicha frase, y no despertar la suspicacia de que dicho medio o aquel periodista usa su espacio o profesión para apoyar o atacar a determinada candidatura.

El compromiso con las personas lectoras no está determinado por un trienio o sexenio, pues a diferencia de los cargos en juego que tienen una temporalidad, el ejercicio periodístico, independientemente a cuál se pertenezca, es mientras uno o una decida dedicarse a dicha profesión.

# Elección



# El papel de la libertad de expresión rumbo a las elecciones de 2024

*Juan Manuel Jiménez*

Periodista y conductor de radio y T.V.

Las opiniones son una manifestación humana compleja que, pese a su forma simple y ágil de expresión, provienen de contextos ideológicos y socioculturales forjados desde la interrelación con múltiples ámbitos, hechos trascendentes, reflexiones y las conclusiones resultantes.

Opinar significa, en muchos sentidos, proponer una explicación personal respecto de diversas circunstancias o escenarios determinados de nuestra vida cotidiana e histórica, así como su proyección a futuro, al considerar la posible presencia o ausencia de ciertos factores.

Así, las opiniones —salvo que sean impuestas, plagadas o repetidas sin cuestionamiento ni razonamiento alguno— a pesar de que se forman con el concurso de variadas influencias, son un producto ontogenético e individual, es decir, pertenecen al patrimonio intelectual de las personas que las emiten.

Con estas consideraciones quiero destacar que ninguna opinión subordina o anula a la que es emitida por alguien más, por el simple hecho de que se construyen al amparo de circunstancias de vida distintas, y eso supone la experiencia, la educación y el desarrollo cultural de cada individuo. Nadie vive la vida de uno como para sentirse con autoridad sobre nuestras conclusiones y planteamientos.

Cabe resaltar que el hecho de que ciertas opiniones se basen en un mayor acopio de información, no necesariamente significa que tengan mayor calidad o sustento, dado que las bases conceptuales empleadas para conformarlas pudieran ser erróneas, imprecisas o contradictorias. Es más, podría tratarse de mentiras expresadas y sembradas por otras y otros con propósitos inciertos.

Detrás de las opiniones que en ocasiones descalificamos, hay una historia diferente a la nuestra que debe ser considerada para poder mirar desde la perspectiva de otra persona, al entrar al análisis de la vida en sociedad. Ésa es justo la esencia de la Ley en los países democráticos, en los que se consagra la expresión libre de las ideas, no sólo por considerarse un asunto de empatía y camaradería, sino porque valorar otros puntos de vista puede ser importante para mejorar las condiciones de vida en grupo.

En efecto, muchas personas descalifican las opiniones de las y los demás porque les resulta incómodo que alguien piense de manera diferente o simplemente porque atenta contra las necesidades y deseos a los que protege y ampara su propia opinión; es decir, la alternativa es molesta porque no abona a sus propósitos. De hecho, la historia nos ha demostrado en una gran cantidad de ocasiones que las ideas y opiniones pueden costarles la vida a las personas detractoras.

Habiendo establecido lo anterior, es necesario considerar que se requiere un alto nivel de responsabilidad, apertura y madurez para lograr ponderar los puntos de vista ajenos. En primer lugar, requiere de garantizar que hemos entendido a cabalidad el contenido de la opinión ajena expresada y las circunstancias sobre las que descansa y le dan sustento. También es necesario considerar si los hechos planteados, que son el fundamento de la opinión, tienen congruencia con la conclusión, así como evaluar si es razonable pensar que dichos hechos son reales y plausibles.

Con base en lo anterior, debe destacarse el papel de la información y su calidad como un factor crucial para comprender las circunstancias que otros nos plantean. Podríamos no haber experimentado jamás tales circunstancias de vida, pero eso no significa que no ocurran. Es más, la otra persona podría “abrirnos los ojos” sobre hechos que no habíamos considerado y para los cuales no estábamos preparados, si la información se acompaña de evidencias y demostraciones pertinentes.

Estaríamos entonces ante un nuevo aspecto de la realidad que no hubiéramos podido comprender sin la intermediación de otra persona y, dicho sea de paso, ese aspecto podría cuestionar, debilitar e incluso hacer cambiar nuestras propias convicciones.

Si eso sucediera, no debemos verlo como pérdida, sino como una ganancia, pues estaríamos preparados para examinar con mayor fuerza y precisión los acontecimientos, gracias a los nuevos elementos y herramientas conceptuales incorporadas. Habríamos aprendido y, en consecuencia, estaríamos en posibilidades de reorganizar nuestros conceptos.

Desafortunadamente, muchas personas no están dispuestas a escuchar y les produce angustia y pérdidas personales reconocer que sus opiniones no eran tan precisas como pensaban, pero a otras, el giro del punto de vista podría incluso salvarles la vida.

Como todo sabemos, en la vida política de los países llegan momentos en los que la contraposición de las ideas se maximiza. Ello es mucho más evidente en países que son extraordinarios mosaicos de diversidad y riqueza cultural como México.

Sin duda uno de esos periodos son los procesos electorales que se llevan a cabo en los países democráticos. Para muchas personas pudiera parecer que un conjunto de ritos de iniciación y renovación comienza y pone en riesgo lo logrado, en tanto que para otras significa una esperanza de encontrar salidas a sus múltiples problemáticas.

En estos periodos, las candidaturas y partidos resultan ser un tanto irrelevantes a nivel individual, porque de fondo lo que se persigue es la satisfacción de expectativas y necesidades.

Quizás sea por lo anterior que los partidos políticos hacen profundos análisis de las circunstancias de las comunidades a las que plantearán sus propuestas (al menos la mayoría de ellos), para ofrecer cambios que favorezcan los anhelos de las mayorías; cumplirlos después es, sin duda, otra historia.

¿Por qué hacen esto? Es simple, porque es la mejor forma de favorecer sus propios anhelos.

Estas circunstancias de ceder en favor de las expectativas de la mayoría y proponer rutas para cumplirlas, necesariamente dejará a otros sectores de la población sin opciones

precisas para sus expectativas, pero es un riesgo que debe correrse dado que lo que se pretende para ganar en las elecciones es la mayor cantidad de votos y no la simpatía de las personas.

En este punto surge una figura muy interesante y por demás relevante: las y los *líderes de opinión*.

En épocas electorales, estas figuras son personas que se vuelven portadoras de una ideología aparentemente compartida. Aunque no siempre sucede, estos líderes suelen ser las personas candidatas a puestos de elección popular, que además son representantes de la ideología del partido que las auspicia.

Lo interesante de las y los líderes de opinión es que se convierten en dictaminadores de lo que debe creerse, lo que se debe opinar y a quienes debe ignorarse, a quien debe descalificarse y a veces agredirse, por razones diversas, aunque casi siempre por el simple hecho de buscar alternativas diferentes al partido del que se trate.

La individualidad comienza a perderse para subordinarse a los intereses y expectativas de un grupo político, y puede llevar a las personas a comportarse de formas inusitadas e irracionales, bajo el dominio del *encanto de la palabra del líder*. Al amparo de la protección del grupo que “diluye la culpa” entre muchos, se puede pasar por alto la realidad conocida para plantear realidades alternativas.

Este fenómeno se ha visto muchas veces en el contexto religioso, en periodos de guerra y, por supuesto, es muy común en el ámbito político. El autoabandono ideológico se aproxima mucho a lo planteado por Sigmund Freud (1921), en su obra: *La psicología de las masas y análisis del yo*.<sup>1</sup>

---

1. S. Freud (1921). “Psicología de las masas y análisis del yo”. En *Obras Completas*. Vol. XVIII. Buenos Aires: Amorrortu Editores. 1986.

Las y los líderes de opinión desempeñan un papel destacado con vías al cumplimiento de las expectativas de sus personas seguidoras, pero su función entraña también peligros que no deben tomarse a la ligera. Quizás el mayor de los riesgos sea ignorar la realidad de las personas que sufren todos los días por no ser consideradas portadoras de necesidades relevantes, porque nadie le ha dado importancia a sus problemas o no se les ha querido escuchar por no querer voltear la vista hacia problemáticas que salen del contexto del grupo. Peor aún, si sus necesidades se contraponen a las dictaminadas por la persona líder de opinión, ya que entonces serán el blanco de ataques y desprestigio. En momentos exacerbados de odio e ignorancia, las y los opositores suelen llegar a verse como enemigos.

Muchos de los fenómenos que hemos esbozado hasta ahora ya han comenzado a ocurrir y seguirán ocurriendo hasta llegar al día de las elecciones en el 2024, y pese a que las diferencias se dirimirán en la soledad de las urnas, una gran cantidad de personas votará fuera de su propia lógica individual, algunas otras evitarán el sufragio por “desamparo aprendido”, en tanto que las y los demás vivirán momentos de angustia y esperanza en la expectativa de que quien resulte ganador o ganadora, voltee la mirada hacia sus problemáticas, una vez que obtenga el poder.

En una extraordinaria parábola de Gibran Khalil Gibran que forma parte de su libro: *El Loco* (1918),<sup>2</sup> se hace una metáfora que viene al caso con lo comentado, aunque planteada a la inversa, llamada “el Rey Sabio”.

---

2. J. Gibran (1918). *El Loco*. Alfred A. Knopf.

Narra que una bruja hace un encantamiento para lograr que quienes bebieran el agua de la fuente principal de un pueblo se volvieran locos. Luego de que todas las personas del pueblo bebieron el agua con excepción del Rey y su ayudante, la gente comenzó a sospechar y murmurar que el Rey se había vuelto loco porque actuaba de forma diferente a lo que ellos esperaban. El Rey Sabio decidió entonces ordenar a su asistente que trajera dos copas con agua de la fuente principal y ambos bebieron el agua. Al poco tiempo, el pueblo estaba muy feliz y contento porque “el Rey había recuperado la razón”.

Por lo que respecta a la vida cotidiana de los medios masivos de comunicación, durante los periodos electorales es necesario señalar que se complejiza notablemente, ya que la precisión de los datos y argumentos debe llevarse al límite del extremo cuidado.

Esto significa estar plenamente seguros de que lo que se dice tiene sustentos razonablemente viables y que corresponde con precisión a los hechos ocurridos, que después se relatarán.

A diferencia del contexto en que las personas dan su punto de vista, los medios de comunicación, como profesionales especializados en la difusión e interpretación de hechos específicos y su alcance general, debemos respetar a ultranza las opiniones de las personas a las que nos referimos, señalando el contexto preciso en que se plantearon, sin caer en distorsiones o paráfrasis inadecuadas; no obstante, lo que los actores políticos plantean en momentos específicos, tiene que ver con circunstancias correlacionadas, que a veces es necesario traer a cuenta para dar un panorama más claro al público en general.

Lo anterior es importante porque, con fines de contextualizar las notas periodísticas, a veces se deben citar —si existen— puntos de vista diferentes acerca del mismo tema que se hayan vertido por actores políticos de otros sustratos ideológicos.

También es cierto que, como seres humanos conscientes del mundo político de nuestra nación, las personas periodistas de pronto podemos caer en la necesidad de plantear nuestros propios puntos de vista, o resaltar aspectos que resultan obvios y relevantes para entender los procesos relatados.

Cuando digo “necesidad” no me refiero a que sea un error que una persona periodista opine lo que crea necesario, sino que muy probablemente habrá quien piense que hay un sesgo o tendencia pernicioso en lo dicho. Si esa opinión periodística resulta ser interpretada como un ataque u ofensa, se puede dar el fenómeno del odio y repudio a la persona, en lugar de a la opinión.

Tampoco quiero decir que no existan periodistas y medios que hagan planteamientos con propósitos que subordinen al de informar, eso podría ocurrir, pero estoy convencido de que se trata de muy pocos casos que, casi de inmediato, se hacen evidentes.

Sin embargo, lo que se debe destacar es que al amparo de la pérdida de la individualidad y/o la obediencia ciega a líderes de opinión, algunas personas pueden etiquetar a la comunicadora o comunicador como enemigo y buscar la forma de desprestigiarlo e incluso agredirlo. Podrían pasar por alto que las palabras, pese a ser emitidas por personas, no son personas y no pueden ser lastimadas, dirigiendo entonces su odio a las y los “portadores de esas palabras”.

Esa situación, como hemos visto en los últimos años, no es infrecuente en nuestro país, en el que muchas personas periodistas han sido lastimadas, e incluso asesinadas, por opinar en contra de los intereses de grupos y personas.

Así es el razonamiento y esclarecimiento de circunstancias y eventos que resultan negativos; es incómodo e inconveniente para quienes las viven, y lo único que no desean es que las demás personas se enteren del fondo real de esos asuntos.

Pero ¿por qué llegar a tales extremos en una sociedad civilizada?

En nuestro país todas las personas, incluyendo a las y los políticos, militantes y periodistas, tenemos derecho de opinar y expresar nuestros puntos de vista. Asimismo, todas y todos tenemos el derecho de disentir o usar los puntos de vista de otras y otros para replantear los nuestros, enriquecerlos o modularlos. Pero lo que es absurdo es que se castigue o se señale a alguien por plantear ideas.

La libertad de expresión es uno de los principios sobre los que descansa la pluralidad requerida para el desarrollo nacional.

Todas las voces deben ser escuchadas para enriquecernos mutuamente, y quizás lo que menos importa es quién tiene razón. La intolerancia y el miedo a lo externo y ajeno, no debe someternos hasta el punto de atacar irracionalmente a personas compatriotas, independientemente de quiénes sean.

Invito a las personas lectoras a reflexionar respecto del tema, en el entendido de que las palabras y los argumentos no son “cosas” perniciosas por sí mismas, porque aun si dejan entrever malas intenciones, habrán cumplido con un valor importante para quienes los escuchamos: la libertad de expresión.

**Elección**



# El derecho a la información de la sociedad en las elecciones de 2024 en México

*Luis Eduardo Velázquez*

Periodista, abogado director de *Capital CDMX*

El próximo 2 de junio de 2024 México va a vivir la elección más grande de su historia. En el Proceso Electoral 2023-2024 se realizarán elecciones federales y locales. Las y los mexicanos en lo federal van a renovar la Presidencia de la República y, en lo local, se elegirán ocho gubernaturas, la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, Congresos locales, Ayuntamientos, Juntas Municipales y Alcaldías, que suman un total de 19 mil cargos.

Un punto clave para las elecciones es la información, y por ello es indispensable repasar la forma en la que se ha actualizado el derecho a la información de la sociedad, que el siglo pasado se elevó a rango constitucional para ampliar prerrogativas electorales a los partidos políticos.

En más de cuatro décadas ha habido diversos cambios e incluso el acceso a la información en nuestro sistema constitucional dejó de ser una prerrogativa de los partidos políticos

y se convirtió en un derecho humano que es fundamental para el fortalecimiento de la democracia en el país.

No obstante, al ser un derecho humano tiene como principio la interdependencia y eso involucra otros derechos que, al ejercitarse en un proceso electoral, adquieren otro relieve e involucran no sólo a los partidos políticos, los gobiernos y la ciudadanía, sino también a los medios de comunicación, privados y públicos, así como a las redes sociales.

El rol de cada uno de los actores será fundamental en el resultado, que impactará en la calidad de vida de las y los mexicanos. En este artículo analizaremos la relevancia del derecho a la información de la sociedad y cómo actualmente inciden los medios de comunicación y las redes sociales para garantizar el efectivo ejercicio de derechos humanos y el fortalecimiento de la democracia en 2024.

## **DERECHO A LA INFORMACIÓN Y PERIODISMO**

El principal antecedente del derecho a la información de la sociedad en México es la Constitución de 1857, al sentar las bases para el reconocimiento del derecho a la información en el país. En su artículo 7 garantizaba la libertad de imprenta y establecía que nadie podía ser molestado por sus ideas.

La Revolución mexicana dio paso a diversos periódicos y publicaciones que desempeñaron un papel clave en la difusión de las ideas revolucionarias y en la denuncia de abusos y corrupción.

La Constitución Mexicana de 1917 en su artículo 6 estableció el derecho de toda persona a la libertad de expresión, incluyendo el derecho de buscar, recibir y difundir información e ideas a través de cualquier medio de comunicación.

En 1977 se reforma el artículo 6 de la Constitución, para incluir el derecho a la información, pero como derecho de los partidos políticos en materia electoral. En 1983 con los casos Burgoa y Aguas Blancas se sentaron los precedentes para que, en 1996, la Suprema Corte de Justicia de la Nación reconociera el derecho a la información como una garantía individual y la obligación del Estado a informar verazmente. Desde entonces ha habido cambios vertiginosos en este derecho.<sup>1</sup>

El 11 de junio de 2002 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación*, la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. En 2007 se adicionó un segundo párrafo con siete fracciones al artículo 6 constitucional. Ahí se establecieron los principios: publicidad, máxima publicidad y protección de datos; y las siguientes bases: gratuidad, universalidad, celeridad y administración de archivo.

La reforma constitucional de 2013 estableció el principio de máxima publicidad, que implica que toda la información en posesión de los organismos gubernamentales es pública, a menos que esté clasificada como reservada o confidencial. Esta reforma consolidó el derecho a la información como un pilar fundamental de la democracia y la participación ciudadana.

Es importante diferenciar a este derecho como un ordenamiento y como rama del derecho. Para explicarlo como ordenamiento López-Ayllón dice:

Nace ante la necesidad de reglamentar y organizar el ejercicio de un derecho natural del hombre, reconocido

---

1. Archivo CNDH: Disponible en: <https://www.cndh.org.mx/noticia/derecho-de-acceso-la-informacion#:~:text=es%20el%20derecho%20de%20toda,justificar%20su%20uso%5B6%5D>.

con estas características en las leyes fundamentales de los diversos países modelados en el ámbito jurídico-político al modo de los Estados de derecho. El derecho subjetivo a la información, el derecho a informar y a estar informado, el derecho a expresar ideas y a recibirlas, es el objeto primario del derecho de la información, a la vez que su explicación más sencilla, el origen de su nacimiento.<sup>2</sup>

Es evidente que para poder informar y estar informadas e informados se requiere de los medios de comunicación, los cuales tienen como materia prima al periodismo que es una profesión que se ha consolidado como otro de los pilares fundamentales de la democracia mexicana.

Ahora, en cuanto a medios de comunicación masivos hay que diferenciar los que son privados, los públicos y ahora las redes sociales, donde también en buena medida se hace periodismo.

Es decir, el periodismo es el eje que permite el goce del derecho a la información de la sociedad a través de los medios de comunicación o las redes sociales.

Los medios de comunicación masiva son los corporativos que generan contenido para informar, entretener o educar a una audiencia. Por esta razón forman parte del pensamiento de la sociedad y establecen una agenda política, social y cultural. Los medios de comunicación privados derivan del poder económico y los medios públicos del Estado. Ahora con la irrupción de las redes sociales, que también son privadas, está

---

2. Sergio López-Ayllón, "El derecho a la información como derecho fundamental", *Derecho a la información y derechos humanos. Estudios en homenaje al maestro Mario de la Cueva*, Jorge Carpizo y Miguel Carbonell (coords.), México: UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Serie Doctrina Jurídica, 2000, núm. 37, pp. 173 y 174.

al alcance de cualquier ciudadana o ciudadano la creación de una audiencia, lo que le permite fungir como un medio de comunicación en el ámbito virtual.

Al influir en el pensamiento, los medios de comunicación históricamente han sido considerados un poder fáctico, con un rol importante en la toma de decisiones e incluso ello ha afectado en su reputación.

Jorge Carpizo estableció lo siguiente sobre los medios de comunicación masiva:

Los medios de comunicación masiva proporcionan información y elementos para que la persona y el público construyan, ponderen y formen sus opiniones. Los medios son en muchas ocasiones los intermediarios entre la sociedad y el poder político. Los medios de comunicación masiva son un poder porque poseen los instrumentos y los mecanismos que les dan la posibilidad de imponerse; que condicionan o pueden condicionar la conducta de otros poderes, organizaciones o individuos con independencia de su voluntad y de su resistencia.<sup>3</sup>

---

3. Jorge Carpizo, "Los medios de comunicación masiva y el Estado de Derecho, la democracia, la política y la ética, Disponible en: <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-comparado/article/view/3609/4361>

## **LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS PROCESOS ELECTORALES**

La labor de los medios de comunicación y el ejercicio del periodismo, que construyen en gran medida el derecho a la información de la sociedad tienen un amplio poder y, por ende, una alta responsabilidad en un proceso electoral, dado que con su contenido, sea informativo o de opinión, van a influir de manera directa en las personas votantes y en el resultado de los comicios.

Juan Carlos Monedero advierte sobre uno de los grandes riesgos sobre la influencia de los medios de comunicación masiva en la época actual:

Los hombres crean realidades (es lo que es su condición preformativa), y por eso, en la sociedad de la información, el que informa se posiciona ventajosamente para poseer el poder. Incluso, con frecuencia, de manera paradójica. Por un lado, existen hoy muchos medios, por otro, están en muy pocas manos. Hay mucha prensa, revistas, coleccionables, editoriales, emisoras, canales e Internet. Por eso la hegemonización llama la atención. Grupos como El Clarín en Argentina, Televisa en México, Globo en Brasil, PRISA en España, Cisneros en Venezuela, Berlusconi en Italia, Murdoch en Gran Bretaña y Australia, TIME-Warner en el mundo anglosajón, más las ramificaciones que cada uno de estos consorcios en otros países,

construyen una McDonalización informativa del mundo que contrasta con la existencia aparente de tantos medios.<sup>4</sup>

Al estar en juego el poder de una nación, los grupos de poder que controlan los medios de comunicación, e inclusive los medios públicos y las redes sociales, están obligados a mantener los estándares éticos que rigen al periodismo.

De lo contrario, y al colocarse de lado de un gobierno u alguna opción política, se vulnera su función social, porque dejan de contribuir al debate plural de ideas para construir ciudadanía y su contenido deriva en propaganda política, la cual, fuera de los tiempos legales, es sancionado por la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

En función de ello es necesario subrayar que la labor de los medios de comunicación masiva, públicos y privados, debe apegarse al marco legal para no vulnerar el estado de derecho y coadyuvar con las autoridades electorales para informar con pluralidad a las audiencias y evitar incurrir en desinformación, que se traduce en la manipulación de conciencias, en este caso de las personas electoras.

Una encuesta de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), realizada en 16 países como México que tendrán elecciones en 2024, reveló que el 87% de la población consideró que las noticias falsas podrían afectar los resultados de los comicios.<sup>5</sup>

---

4. Juan Carlos Monedero, *El gobierno de las palabras: política para tiempos de confusión*, Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2009.

5. Disponible en:  
[https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/11/unesco\\_ipsos\\_survey\\_1.pdf](https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/11/unesco_ipsos_survey_1.pdf)

Un fenómeno similar se da en la difusión de encuestas, que también están reguladas por la ley, porque es otro aspecto en el que los medios de comunicación masiva deben tener rigor para no incurrir en desinformación.

## **RETOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Con este preámbulo podemos exponer uno de los grandes retos que van a enfrentarse en la elección constitucional de 2024, que es la violación de los tiempos electorales, misma que sentará un precedente y muy probablemente sea la fuente de derecho para una nueva reforma electoral en el siguiente sexenio.

Morena, el partido en el poder, mediante acciones leguleyas pasó por encima de la normativa electoral y, desde 2021, dos años antes del inicio del periodo electoral de 2023-2024 realizó sus procesos internos de selección de candidaturas con el uso de eufemismos.

Los medios de comunicación masiva incurrieron en el error de seguir la difusión de los mensajes, violatorios a la ley, en lugar de señalar la práctica ilegal para que las autoridades electorales sancionaran los actos anticipados de campaña.

Un ejemplo concreto fue el proceso de designación de Claudia Sheinbaum Pardo como “coordinadora de los comités de Defensa de la Transformación en México”, un supuesto proceso partidario, pero que tuvo como trasfondo la definición de la candidatura presidencial para 2024.

La violación al marco electoral fue una acción grave, en la que el Instituto Nacional Electoral mostró pasividad, pero lo más grave de esta situación es que los medios de comunicación masiva, al replicar los mensajes y dar amplia publicidad

al proceso sin una crítica a la violación de la ley, contribuyeron a generar la percepción de que un año antes de las elecciones, el resultado estaba definido en favor de Sheinbaum para continuar la transformación que impulsó el presidente de México, Andrés Manuel López Obrador.

Ante ello, los medios de comunicación masiva en 2024 tienen el desafío de realizar una cobertura del proceso electoral apegada a la realidad y no a una visión alterna orientada desde el poder político y los gobiernos, con el fin de refrendar el triunfo en las elecciones de 2024.

## **CONCLUSIONES**

En virtud de lo que hemos explicado, la labor de los medios de comunicación y el uso de las redes sociales será determinante para el resultado electoral y abonarán a fortalecer o desvirtuar el derecho a la información de la sociedad.

Al lesionar un derecho humano se afecta también el sistema democrático y la calidad de vida de las personas.

Por esa razón, en las elecciones de 2024 se requiere de medios de comunicación que en principio garanticen un freno a la desinformación en redes sociales. A partir de ello, deben ser incluyentes y coadyuvar en el proceso de fiscalización que realizan las autoridades federales y electorales.

Los medios de comunicación están obligados a no caer en la polarización para poder ofrecer una perspectiva amplia del panorama electoral, sin sesgos políticos o ideológicos.

No se debe olvidar también la función social de contribución a la educación de las personas votantes.

Y también la elección de 2024 será un momento oportuno para comenzar a aplicar los principios delineados por la

UNESCO para detener la desinformación. Ello implica la moderación de contenidos, establecer la responsabilidad y la transparencia en los algoritmos, lograr que los medios de comunicación y las plataformas tomen más iniciativas para educar y formar a las y los usuarios en el pensamiento crítico.

En 2024 podremos hacer un balance y un análisis crítico para observar si en la función de nuestra profesión coadyuvarmos en fortalecer el derecho a la información de la sociedad.

## **REFERENCIAS**

Archivo CNDH. Disponible en: <https://www.cndh.org.mx/noticia/derecho-de-acceso-la-informacion#:~:text=es%20el%20derecho%20de%20toda,justificar%20su%20uso%5B6%5D>.

López Ayllón, Sergio, “El derecho a la información como derecho fundamental”, *Derecho a la información y derechos humanos. Estudios en homenaje al maestro Mario de la Cueva*, Carpizo, Jorge y Carbonell, Miguel (coords.), México: UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Serie Doctrina Jurídica, 2000, núm. 37, pp. 173 y 174.

Carpizo, Jorge, “Los medios de comunicación masiva y el Estado de Derecho, la democracia, la política y la ética”. Disponible en: <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-comparado/article/view/3609/4361>

Monedero, Juan Carlos, *El gobierno de las palabras: política para tiempos de confusión*, Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2009.

Disponible en: [https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/11/unesco\\_ipsos\\_survey\\_1.pdf](https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/11/unesco_ipsos_survey_1.pdf).

# **Los medios de comunicación como catalizador de opiniones rumbo a las elecciones de 2024**

*Martha Bautista Gallangos*

Periodista Directora Editorial del Diario ContraRéplica

Las elecciones suelen ser una vorágine compleja de procesos sociales que no escapan del conflicto; conllevan también la esperanza y la necesidad de cumplir expectativas de cambio o ajuste con una dirección determinada. El sufragio, más que un acto discreto, es el resultado de una serie de razonamientos y dilucidaciones con una orientación personal, que no obstante se gesta con base en consideraciones del entorno físico, social, político, cultural y económico.

Muchas personas depositan en los procesos electorales sus anhelos, su futuro y a veces hasta sus más férreas convicciones. Pareciera que, en ciertas circunstancias, el éxito personal dependiera de que otras personas lleguen al poder.

A estas personas les depositan expectativas de alto nivel, que no pocas veces terminan en decepción y desencanto, cargándolas a costas hasta que inicia un nuevo proceso electoral que deja entrever la promesa de una luz al final del túnel.

Para quienes lograron estar en el grupo que llegó al poder, las elecciones son llamados urgentes a conservar el estatus y las condiciones de vida que les han sido favorables.

En esta rueda de la fortuna siempre están quienes anhelan ganar y quienes no quieren perder lo logrado, o en su caso, incrementarlo. Es justo ahí donde mora ese singular impulso que aportan los procesos electorales.

Para estar en posibilidad de proyectar el que será el papel de los medios de comunicación en el proceso que llevará a nuestro país a las próximas elecciones de 2024, es necesario plantear algunas consideraciones previas que sirvan de sustento conceptual a las reflexiones aquí vertidas.

En primer lugar, debemos establecer que el concepto de comunicación se refiere a todo aquello que nos resulta familiar, razonable, con sentido e inteligible, al margen de si estamos o no de acuerdo con su contenido y las razones que tengamos para ello.

La comunicación es la expresión del contenido con el que representamos y significamos nuestro entorno, al margen de la modalidad empleada para lograrlo. No obstante, no hay significados que comunicar (hacerlos común a las y los demás), si no hay nadie que lo considere, lo comparta, lo cuestione e incluso lo discuta, por lo que es evidente que la otredad es un componente indispensable en la comunicación, de otra forma, lo que expresamos se trataría de un simple soliloquio.

En este orden de ideas, es de vital importancia considerar que si bien la comunicación puede derivar en acuerdos entre personas, también puede derivar en desacuerdos, confirmando así los distintos modos en los que entendemos las mismas circunstancias compartidas (comunes).

Por lo anterior, es necesario que la comunicación se base en circunstancias, valga la expresión, *comunes*, porque de otra

forma podrían resultar inasequibles y confusas para algunas de las personas interlocutoras.

Así, resulta obvio que para poder comunicar algo se debe considerar la necesidad de que aquellas y aquellos a los que deseamos comunicar algo, estén en posibilidades de entender el contenido previsto. En ese sentido, la educación, y no sólo la escolarizada, desempeña un papel vital como precursora de los rudimentos imprescindibles de la comunicación efectiva.

Lo comentado hasta ahora plantea, en lo inmediato, tres retos importantes para los medios de comunicación, a saber:

- A. La necesidad de dar a conocer principios, bases, conceptos y circunstancias, así como la forma en que interactúan entre sí, que permitan a sus interlocutores e interlocutoras crear un contexto significativo para ser receptor abierto (hablar de lo que alguien no conoce no tiene sentido si antes no es relatado y debidamente explicado). A este reto le llamaremos el *Principio Educativo de los Medios de Comunicación*.
  
- B. Logrado lo anterior, será necesario conseguir una precisión prístina en la exposición de las circunstancias de la realidad de la que hablamos, al modo en el que lo hace la psicología humanista con su técnica del *Reflejo*, que básicamente consiste en servir como espejo, sin prejuicios ni distorsiones, de todo lo que debe ser visto, para estar en posibilidades de entenderlo. A este segundo reto le llamaremos el *Principio del Reflejo Fiel de la Realidad*.

Es curioso, pero hasta ahora y apelando a la sabiduría popular, diríamos que estos dos primeros principios se resumen en el dicho que reza: *“El que no sabe, es como el que no ve”*.

Este principio reviste gran importancia, dado que una cantidad inconmensurable de circunstancias ocurren en nuestro entorno a cada momento, y aunque no podemos percibir las todas, también ocurre que muchos eventos que sí advertimos ocurren sin que tengan para nosotros significado, como parte de un entramado antecedente.

Ante un análisis rápido, dichos eventos se pierden en la vorágine de nuestro acontecer diario.

Para que la realidad sea una fuente suplementaria de información, es necesario que sus componentes trasciendan a contextos explicativos inteligibles, dentro de los cuales no sólo sean insumos, sino que puedan significar, eventualmente, factores que modifiquen radical o sutilmente nuestra visión global.

C. Habiendo establecido los principios antedichos, se presenta el tercer reto, que dicho sea de paso, es el que más polémicas y malentendidos puede causar, a saber, la expresión de opiniones y puntos de vista por parte de la persona comunicadora.

Es virtualmente imposible que los seres humanos no tengamos puntos de vista respecto de aquello que planteamos y, por cierto, las y los periodistas no somos la excepción a la regla.

El desarrollo personal de significados de las circunstancias, con base en su contenido, alcance, secuencia y subordinación, se incorpora a nuestro “acervo de

vida”, en tanto herramienta de conocimiento para establecer, evaluar, planear e incluso prevenir diversas posibilidades. Por decirlo así, se vuelven “el cristal a través del cual vemos el mundo circundante” y sin el fundamento de nuestras convicciones. No obstante, es necesario tener muy claro que nuestras perspectivas de vida tienen un anclaje eminentemente social, no aparecieron solas e inmaculadas, y eso a la vez nos genera la necesidad de compartirlas y ponerlas al arbitrio y consideración de otras personas.

Quienes trabajamos en los medios de comunicación no sólo contamos con antecedentes de muchos de los temas que comentamos, sino que establecemos relaciones lógicas, anecdóticas y causales entre sucesos y circunstancias; por ejemplo, al hablar del discurso de una persona política que suele hacer planteamientos a diestra y siniestra, podemos detectar las coincidencias, contradicciones, imprecisiones y detracciones, a veces autoinfligidas, que comete en diferentes momentos y frente a hechos diferentes o incluso semejantes.

Estas “detecciones” periodísticas nos llevan a plantearnos, necesariamente, un punto de vista histórico más general, así como diferentes hipótesis del origen de lo sucedido. Las planteamos porque tenemos antecedentes que resultan significativos y no por ser prejuiciosos o tendenciosos. Se trata tan sólo de un relato extendido que concatena circunstancias y acontecimientos precisos.

Hacer del conocimiento de la persona lectora estas hipótesis o reflexiones, o bien plantear preguntas citando antecedentes relevantes, no es tratar de convencer a nadie, sino ofrecer elementos de reflexión adicionales para que las personas formen su propio juicio al amparo de un “repositorio” o “paraguas” de hechos de mayor amplitud. En muchos sentidos, omitir estos detalles relevantes pretendiendo no desvirtuar una noticia, puede incluso ser injusto para quienes reciben la información.

Lo antedicho nos conduce a un tercer principio denominado aquí: *Principio del Complemento Informativo para Plantear Conclusiones*. Cabe destacar que al amparo de este principio, se descubren tendencias específicas en hechos y circunstancias.

Luego del planteamiento de los tres principios esbozados, es necesario destacar que, por su naturaleza y amplitud, existen hechos de amplia complejidad social y política, entre ellos las sucesiones en el poder y las elecciones que les preceden.

En este tipo de procesos hay mucho en juego en términos de la importancia que representa para diferentes sectores sociales y, por ende, hay una gran cantidad de antecedentes y datos que pueden y deben considerarse para mantener informada a la población, incluida la expresión de tendencias detectadas.

Dice el viejo adagio que “en la guerra, el amor y la política todo se vale”, y aunque a todas luces se trata de un pensamiento un tanto desafortunado, la realidad “tiene otros datos”. Por eso es de importancia vital que los medios de comunicación tengamos la sensatez de no traspasar las fronteras de la

realidad y aclarar a toda costa el origen y sentido de lo que decimos; parafraseando a Herman Hesse: “un escritor honrado debe siempre aclarar los apoyos y medios auxiliares que utilizó al escribir; incluso decir *arriba* es algo que debe aclararse, porque el mundo mismo no conoce ningún *arriba* o *abajo*”.<sup>1</sup>

En época de elecciones lo que diga prácticamente cualquier persona en contra de lo que plantea un candidato o candidata, de algún partido político o institución, necesariamente será tomado a bien por algunas personas y tomado a mal por sus seguidoras y seguidores. Pero también habrá problema si se le dedica más tiempo o espacio a difundir información acerca de personas con cierta afiliación, que a otras.

No debemos sorprendernos, ya que la historia nos enseña que en estos casos “así va el juego” y no podemos evitarlo, porque la única alternativa sería quedarnos en silencio.

Los medios de comunicación durante el proceso electoral de 2024 seremos para muchos los héroes y para otros los villanos de la información. Nos acusarán de muchas omisiones y tendencias y nos pondrán “la gorra” de múltiples intereses específicos. Por todo lo anterior es necesario protegernos porque también estaremos bajo ataque aun sin provocación, y eso debe quedarnos muy claro.

En virtud de lo anterior, es necesario planear con cuidado nuestro trabajo, del mismo modo en que se planean los procesos electorales, procurando que todo el contenido informativo sea el apropiado para ese marco de referencia especial, es más, apoyando y abonando a su consolidación.

¿Cuál será nuestro papel en las elecciones? En primera instancia, simplemente abastecer a nuestra audiencia

---

1. H. Hesse (2007). *El lobo estepario*. Bariloche, Argentina: Grupo Universo y Patagonia.

de información fiel, clara, precisa, pertinente y oportuna, para que puedan formarse una opinión. Digamos que la comunicación de calidad debe ser la piedra angular de nuestra labor.

Cuando digo “comunicación de calidad” me refiero a su debida y cuidadosa planeación, siguiendo un orden coherente y consistente, de ser posible, al amparo de una metodología diseñada para plantear en orden los sucesos, así como su configuración e impacto.

En esta etapa se debe siempre considerar la deferencia de ofrecer a nuestra audiencia las definiciones y explicaciones que requieran ciertos temas y conceptos complejos para no ser simples repetidores de datos que pudieran parecer inconexos.

En una segunda etapa, porque los sucesos se irán complementando y complejizando, incluir en la información hechos que anteceden, modulan y dan sentido y relevancia a sucesos destacados; es decir, crear un marco informativo de referencia para ubicar la naturaleza de las circunstancias.

Finalmente, será importante ofrecer a la audiencia una versión explicativa de los acontecimientos, aclarando todas las fuentes informativas y el punto de vista que se ofrece, porque sólo así será evidente que el flujo de las conclusiones es natural y significativo.

En este punto es importante aclarar siempre que el autor o autora de la opinión es responsable de su contenido, evitando la tentación de confundir las opiniones con los hechos y significados que se describen.

Habrán sin duda personas que calificarán de inadecuadas nuestras opiniones, es un hecho perfectamente normal, pero ninguna convicción es verdadera o falsa por sí misma, sino al amparo de la congruencia que guarda con el marco de referencia que le auspicia. Además, nada puede ser falso

o verdadero, apropiado o inapropiado, si no existe la posibilidad de su contraparte; porque de existir una verdad única, decirla simplemente no tendría sentido, por ejemplo, decir que mañana amanecerá, pese a ser una expresión lingüísticamente correcta, no tendría mucho sentido, porque nunca ha pasado que no amanezca al siguiente día (independientemente de cuánto dure en ciertas partes del mundo).

En resumen, deben cumplirse los *Principios de Educación, del Reflejo fiel de la Realidad y del Complemento Informativo* para facilitar el establecimiento de conclusiones.

Los medios de comunicación desempeñaremos un papel muy importante durante el proceso para llegar a las *elecciones más grandes de la historia*, porque seremos, en diferentes niveles, artífices de la creación de conceptos, historias y tendencias informativas. No convenceremos a nadie, al menos no directamente, pero abonaremos al caudal de razones que las personas tengan para convencerse o para declinar de diferentes propuestas.

Tendremos una enorme responsabilidad al ofrecer a la ciudadanía un marco de referencia que le permita ubicar la justa dimensión de los acontecimientos y que con ello esté en posibilidades de tomar decisiones justificadas y fundadas.

Jugaremos un rol de *catalizadores*; es decir, acelerando o retardando procesos de análisis. No estaremos en las boletas electorales, pero nuestras aportaciones estarán latentes en el momento preciso, al margen de la dirección que tome el sufragio individual.

Si bien el voto de todas y todos los mexicanos se hará en la secrecía que procuran las urnas, estaremos seguros de que habremos aportado uno de los componentes esenciales en el proceso: información responsable, completa y oportuna, que sirva como *catalizador* de las decisiones.

**Elección**



# Acerca de la cobertura informativa indebida

*Martha Leticia Mercado Ramírez.*

Especialista en derecho electoral por la UNAM y  
Magistrada del Tribunal Electoral de la Ciudad de México

**Resumen:** El presente trabajo realiza un breve acercamiento a la causal de nulidad de elecciones por cobertura informativa indebida, la cual fue establecida en nuestro texto constitucional federal a partir de 2014. Quizá es la menos conocida del artículo 41 constitucional, debido a que no ha sido aplicada hasta el momento, pero esto no resta interés a su significado en el marco de las prohibiciones de adquisición de tiempo en radio y televisión, y las posibles simulaciones periodísticas para tratar de influir indebidamente en las preferencias electorales.

## INTRODUCCIÓN

Los principales medios de comunicación masiva, como la televisión, la radio y la prensa, han tenido durante mucho tiempo un papel sobresaliente para las democracias modernas.

Son los medios predilectos utilizados por los partidos políticos para difundir publicidad o propaganda electoral, así como los actos de campaña. Pero también, de mayor relevancia, es donde tradicionalmente el ejercicio periodístico ha florecido. Ahora, debido a las nuevas tecnologías, como el Internet y las redes sociales, el ejercicio periodístico se trasladó hacia el llamado periodismo digital.

Fue precisamente su influencia en los asuntos políticos y electorales, en la difusión de la información y en la formación de la opinión de la ciudadanía, lo que hizo que se tomaran medidas legislativas para impedir intervenciones indebidas (favorecer una candidatura en particular, por ejemplo). A partir de 2014, con las dos reformas al artículo 41 de la Constitución federal ocurridas en ese año, los casos de compra o adquisición de cobertura informativa indebida en radio y televisión fueron contemplados como causal de nulidad de elecciones federales o locales.

## **LÍMITES EN FORMA DE PROHIBICIONES**

En México el modelo de comunicación política dista de ser sencillo,<sup>1</sup> pero para el propósito de este trabajo es suficiente señalar que los partidos políticos y las candidaturas no pueden acceder directamente a los medios de comunicación para posicionarse durante los procesos electorales (precampaña y campaña), ya que tienen que hacerlo a través del tiempo que corresponde al Estado en tales medios. La tarea

---

1. Al respecto, entre otros, Karolina M. Gilas, *Sistema de comunicación política a partir de la reforma de 2014*, México: TEPJF, 2016; y María E. Valdés Vega, "Comunicación política y propaganda electoral en México. Las reformas de 2007 y 2014", *Polis*, vol. 11, núm. 2, 2015, pp. 57-87.

de administrar ese tiempo se dejó en manos del Instituto Nacional Electoral, con la pretensión de que todas las candidaturas en la contienda electoral tuvieran un acceso equitativo.

Por supuesto, el modelo actual de comunicación política es producto de sucesivos cambios, ajustes o mejoras, en especial del artículo 41 de la Constitución federal. En lo que nos interesa, con la reforma constitucional de 2007<sup>2</sup> se introdujeron por primera vez prohibiciones expresas de contratar o adquirir tiempos de radio y televisión, en el caso de partidos políticos, y propaganda en radio y televisión, en el caso de personas físicas y morales. En la siguiente reforma constitucional de 2014, la primera de las prohibiciones será adicionada para incluir también a las candidaturas, redacción que actualmente se encuentra vigente, como puede observarse en el siguiente cuadro:

<b>Reforma 2007 Artículo 41, base III, apartado A</b>	<b>Reforma 2014 Artículo 41, base III, apartado A</b>
<p>Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.</p> <p>Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.</p>	<p>Los partidos políticos y los candidatos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.</p> <p>Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.</p>

2. Decreto publicado en el *Diario Oficial de la Federación* (DOF) de 13 de noviembre de 2007.

La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (Sala Superior y TEPJF) en 2009 tuvo oportunidad de analizar dichas prohibiciones. En el caso SUP-RAP-201/2009 y acumulados<sup>3</sup> hizo apuntes específicos a partir de la revisión de un procedimiento sancionatorio. El Partido Verde Ecologista (PVEM), Editorial Televisa, S.A. de C.V. y Televimex, S.A. de C.V., fueron sancionados por el Consejo General del entonces Instituto Federal Electoral (IFE) por transmitir en televisión promocionales de la revista *TVyNovelas* en los que se hacía referencia a las entrevistas hechas a un actor y de una actriz famosos, quienes expresaban las razones por las que apoyaban las propuestas del PVEM, y en los que aparecían el logotipo de dicho partido y frases relacionadas con sus propuestas de campaña.

La cuestión era si en efecto tales promocionales eran infracciones a la legislación electoral o estaban protegidos por el ejercicio de la libertad de expresión, de imprenta, derecho a la información y libertad comercial. La Sala Superior únicamente revocó un punto concreto de la resolución del IFE en cuanto a la individualización de la multa impuesta a Televimex, pero el resto se sostuvo.

En primer término, la Sala Superior advirtió que la única posibilidad que tienen las personas físicas y morales de poder contratar propaganda en radio y televisión es cuando no esté dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, o a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular, toda vez que la Constitución federal no lo prohíbe.<sup>4</sup> Señaló que la actividad de los medios

---

3. Sala Superior, sentencia de 5 de agosto de 2009.

4. *Ibidem*, p. 127.

de comunicación masiva está condicionada por las limitaciones establecidas por la Constitución.<sup>5</sup>

También dijo que el concepto de propaganda aludido en la prohibición constitucional debe entenderse en sentido amplio, para comprender a cualquier especie.<sup>6</sup> Y, por su parte, la infracción se surte desde el momento en que la propaganda difundida en los medios de comunicación favorezca a un partido político, sin importar la naturaleza del objeto de promoción.<sup>7</sup>

Por último mencionó que “Los concesionarios de radio y televisión tienen una obligación especial de no vulnerar el orden constitucional y legal. En ese sentido, el ejercicio de las libertades comercial, de expresión, de información y de imprenta, se debe sujetar a la limitante constitucional de no contratar, difundir o transmitir propaganda de contenido político-electoral que favorezca a un partido político”.<sup>8</sup>

Al siguiente mes, en el asunto SUP-RAP-234/2009 y acumulados,<sup>9</sup> la Sala Superior estimó que las manifestaciones que se realizan a través del ejercicio de la libertad de expresión e información de los medios de comunicación electrónica no estaban comprendidas en la prohibición constitucional de adquirir tiempos en radio y televisión. Los hechos del caso

---

5. *Ibidem*, p. 128. El criterio quedó reflejado en la jurisprudencia 30/2009, RADIO Y TELEVISIÓN. LA PROHIBICIÓN DE CONTRATAR PROPAGANDA ELECTORAL NO TRANSGREDE LAS LIBERTADES CONSTITUCIONALES DE LOS CONCESIONARIOS, *Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral*, año 3, núm. 5, 2010, pp. 45-46.

6. Sala Superior, SUP-RAP-201/2009 y acumulados, sentencia de 5 de agosto de 2009, p. 133.

7. *Ibidem*, p. 135.

8. *Ibidem*, p. 139.

9. Sala Superior, sentencia de 4 de septiembre de 2009.

consistieron en que durante la transmisión de un partido de fútbol fue entrevistado el candidato del Partido Acción Nacional a la jefatura delegacional de Miguel Hidalgo, quien se encontraba en los palcos del estadio. Lo acontecido fue denunciado y el IFE consideró que no se trataba de propaganda electoral. La Sala Superior tuvo el mismo parecer, al entender que estábamos ante una auténtica manifestación periodística.

En términos de interpretación desarrolló el significado de las acciones prohibidas “contratar” y “adquirir”, en cuanto se trata de dos conductas diferentes, y el objeto materia de prohibición. Sobre esto último prioriza una interpretación sistemática y funcional frente a la interpretación gramatical, para concluir “[...] que el objeto de la prohibición constitucional no comprende los tiempos de radio y televisión, que se empleen para la difusión de las distintas manifestaciones periodísticas, auténticas o genuinas, por parte de esos medios de comunicación”.<sup>10</sup>

En ese sentido, la idea central sostenida por la Sala Superior es que sólo cabe restringir los auténticos actos de simulación o fraudes al texto constitucional. “En efecto, no podrá limitarse dicha libertad ciudadana, a menos que se demuestre que su ejercicio es abusivo por trastocar los límites constitucionales, por ejemplo, cuando no se trata de un genuino ejercicio de un género periodístico, y exista una clara y proclive preferencia por un precandidato, candidato, partido político o coalición, o bien, animadversión hacia alguno de ellos, y así lo evidencien las características cualitativas y cuantitativas del mensaje”.<sup>11</sup>

---

10. *Ibidem*, p. 45.

11. *Ibidem*, p. 58.

En la conclusión, que vale la pena citar, indica el principal factor que tergiversa la labor periodística: la difusión repetitiva.

Con los elementos que antes se han analizado, se puede arribar a la conclusión de que cuando un candidato resulte entrevistado en tiempos de campaña respecto de su parecer sobre algún tema determinado, no existe impedimento constitucional o legal para que dicho candidato perfile en sus respuestas consideraciones que le permitan posicionarse en relación con su específica calidad de candidato.

Sin embargo, ello se debe entender limitado a que sus comentarios se formulen en el contexto de una entrevista, cuya naturaleza obliga a que su difusión, a diferencia de la de los promocionales o spots, se concrete a un número limitado de transmisiones y en un contexto específico que no la haga perder su calidad de labor periodística.

Es decir, la entrevista es un género periodístico y no publicitario como el spot o promocional. Si la naturaleza de la entrevista se desvirtúa y, por ejemplo, se incluye de manera repetitiva en la programación de un canal o estación de radio, resulta claro que adquiere matices de promocional.

Posteriormente, también a partir de un asunto resuelto en octubre de 2009 (SUP-RAP-276/2009), se fijará el criterio jurisprudencial de que para tener por acreditada la adquisición indebida de tiempos en radio y televisión, era innecesario demostrar el vínculo contractual.<sup>12</sup> Por su parte, a raíz de un caso resuelto en julio de 2015 (SUP-REP-432/2015

---

12. Jurisprudencia 17/2015, RADIO Y TELEVISIÓN. PARA ACREDITAR LA ADQUISICIÓN DE TIEMPO ES INNECESARIO DEMOSTRAR SU CONTRATACIÓN, *Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral*, año 8, núm. 17, 2015, pp. 42-43.

y acumulados) estableció el criterio de actualización de la infracción a la prohibición constitucional cuando se demuestre que la propaganda política o electoral colocada en inmuebles en los que se desarrolle un evento público haya estado visible durante su transmisión en televisión y que la difusión de esa propaganda no haya sido ordenada o autorizada por la autoridad administrativa electoral.<sup>13</sup>

## **CAUSAL DE NULIDAD DE ELECCIÓN POR COBERTURA INFORMATIVA INDEBIDA**

La reforma constitucional en materia electoral de 2014 introdujo nuevas causales al sistema de nulidades. Lo hizo influida por las problemáticas de la experiencia práctica, como el incumplimiento del límite de gasto de campaña autorizado, el uso de recursos públicos o de procedencia ilícita en las campañas, y la utilización simulada del periodismo para influir en la preferencia del electorado. La nulidad de elección, como se sabe, es una medida fuerte en términos de castigo.

Es probable que el suceso más claro que contribuyó a la incorporación del supuesto de cobertura informativa indebida en la normativa fue el arreglo o la supuesta colaboración que hubo entre Televisa y Enrique Peña Nieto, en ese entonces gobernador del Estado de México, para promover su candidatura presidencial mediante cobertura diaria y sistemática. El núcleo de la estrategia consistía en publicidad televisiva

---

13. Jurisprudencia 30/2015, ADQUISICIÓN INDEBIDA DE TIEMPOS EN TELEVISIÓN. SE ACTUALIZA CON LA APARICIÓN, DURANTE LA TRANSMISIÓN DE UN EVENTO PÚBLICO, DE PROPAGANDA POLÍTICA O ELECTORAL COLOCADA EN EL INMUEBLE EN EL QUE TENGA LUGAR, *Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral*, año 8, núm. 17, 2015, pp. 11-12.

en la forma de notas informativas, reportajes, entrevistas y programas de debate.<sup>14</sup>

La causal de nulidad en cuestión, en el artículo 41 base VI de la Constitución federal, dice lo siguiente:

VI. [...]

La ley establecerá el sistema de nulidades de las elecciones federales o locales por violaciones graves, dolosas y determinantes en los siguientes casos:

[...]

b) Se compre o adquiera cobertura informativa o tiempos en radio y televisión, fuera de los supuestos previstos en la ley;

Como puede advertirse, el precepto contempla dos supuestos distintos: por un lado, la compra o adquisición de “cobertura informativa” y, por el otro, la compra o adquisición de “tiempos”. Este último supuesto, según lo visto, está vinculado con las prohibiciones referidas. Lo novedoso es el supuesto de “se compre o adquiera cobertura informativa en radio y televisión, fuera de los supuestos previstos en la ley”. ¿A qué se refiere con esto el texto constitucional? El artículo 78 bis numeral 6 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral ofrece una respuesta:

Para efectos de lo dispuesto en la Base VI del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se presumirá que se está en presencia de cobertura

---

14. María E. Valdés Vega, “Comunicación política y propaganda electoral en México. Las reformas de 2007 y 2014”, *Polis*, vol. 11, núm. 2, 2015, pp. 57-87.

informativa indebida cuando, tratándose de programación y de espacios informativos o noticiosos, sea evidente que, por su carácter reiterado y sistemático, se trata de una actividad publicitaria dirigida a influir en las preferencias electorales de las y los ciudadanos y no de un ejercicio periodístico.

A fin de salvaguardar las libertades de expresión, información y a fin de fortalecer el Estado democrático, no serán objeto de inquisición judicial ni censura, las entrevistas, opiniones, editoriales, y el análisis de cualquier índole que, sin importar el formato, sean el reflejo de la propia opinión o creencias de quien las emite.

Lo que en pocas palabras significa es que el ejercicio periodístico en ocasiones puede prestarse a simulaciones con un propósito de influencia electoral. Los elementos esenciales de la conducta indebida son la reiteración y sistematicidad. Para no caer en excesos se exceptuaron los instrumentos utilizados típicamente para externar opiniones y creencias de las y los emisores, como sucedió con la entrevista en el caso visto con anterioridad (SUP-RAP-234/2009 y acumulados).

Gilas en su momento advirtió que la causal de nulidad en cuestión “[...] probablemente tendrá como efecto un nuevo aumento en el número de procedimientos especiales sancionadores y juicios promovidos ante las Salas del TEPJF”.<sup>15</sup>

---

15. Karolina M. Gilas, *Sistema de comunicación política a partir de la reforma de 2014*, México: TEPJF, 2016, p. 46.

## A MODO DE CONCLUSIÓN

En un primer momento, como parte de las reglas del modelo de comunicación política que fue establecido a partir de 2007, las prohibiciones jugaron un papel importante para poner en cuestionamiento hechos y conductas dudosos de adquisición de tiempos de radio y televisión o contratación de propaganda política por personas físicas o morales. Las sanciones a los partidos políticos y a las televisoras no tardaron en llegar. Además, la Sala Superior comenzó a establecer criterios interpretativos significativos en este tema, pues si bien las conductas indebidas deben ser atajadas no debe llegarse al extremo de restringir el ejercicio auténtico de la libertad de expresión en tiempos electorales.

En general la gran influencia que pueden tener los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y, tratándose de los procesos electorales, sobre las preferencias de la ciudadanía, es una cuestión comúnmente aceptada. Así, en un segundo momento, han sido las experiencias de elecciones pasadas las que han moldeado las previsiones constitucionales y legales cuando se trata de nulidad de elecciones. Es por ello que la causal de nulidad por cobertura informativa indebida fue puesta en el nivel constitucional en 2014, como una forma de hacer frente a los intentos de desequilibrar los procesos electorales con un periodismo simulado.

## REFERENCIAS

Gilas, Karolina M., *Sistema de comunicación política a partir de la reforma de 2014*, México: TEPJF, 2016.

Valdés Vega, María E., “Comunicación política y propaganda electoral en México. Las reformas de 2007 y 2014”, *Polis*, vol. 11, núm. 2, 2015, pp. 57-87.

### **Sala Superior**

SUP-RAP-201/2009 y acumulados, de 5 de agosto de 2009.

SUP-RAP-234/2009 y acumulados, de 4 de septiembre de 2009.

Jurisprudencia 30/2009, RADIO Y TELEVISIÓN. LA PROHIBICIÓN DE CONTRATAR PROPAGANDA ELECTORAL NO TRANSGREDE LAS LIBERTADES CONSTITUCIONALES DE LOS CONCESIONARIOS, *Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral*, año 3, núm. 5, 2010, pp. 45-46.

Jurisprudencia 17/2015, RADIO Y TELEVISIÓN. PARA ACREDITAR LA ADQUISICIÓN DE TIEMPO ES INNECESARIO DEMOSTRAR SU CONTRATACIÓN, *Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral*, año 8, núm. 17, 2015, pp. 42-43.

Jurisprudencia 30/2015, ADQUISICIÓN INDEBIDA DE TIEMPOS EN TELEVISIÓN. SE ACTUALIZA CON LA APARICIÓN, DURANTE LA TRANSMISIÓN DE UN EVENTO PÚBLICO, DE PROPAGANDA POLÍTICA O ELECTORAL COLOCADA EN EL INMUEBLE EN EL QUE TENGA LUGAR, *Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral*, año 8, núm. 17, 2015, pp. 11-12.

# Transparencia, elecciones y periodismo

*Raúl Llanos Samaniego*

Periodista

Hoy en día, la transparencia y el derecho de acceso a la información pública constituyen herramientas fundamentales para el escrutinio público, la rendición de cuentas, el combate a la corrupción y la discrecionalidad. Coadyuvan, además, a que los distintos sectores de la sociedad se interesen en la toma de decisiones dentro de la administración pública, incidiendo así en la credibilidad, o no, hacia las instituciones y sus gobernantes.

Por antonomasia, las y los periodistas han sido uno de los sectores que —junto con personas investigadoras y académicas— recurren, en mayor medida, al ejercicio del acceso a la información pública para elaborar reportajes o notas informativas, a sabiendas de que ésta es la clave para ofrecer a personas lectoras o audiencias materiales periodísticos de mayor calidad, fuerza y objetividad.

Antes de que legisladoras y legisladores federales aprobaran el 12 de junio de 2002 la primera Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública en México (derivada de una reforma constitucional), que obligó a las entidades de la administración pública a abrir la información que detentaban, el trabajo de las personas comunicadoras dependía, en buena medida, de la “filtración” de documentos, de verdades a medias, de especulaciones o de la entrega de cifras manipuladas.

También, en ocasiones, debían enfrentarse a mensajes cifrados o prolongadas y desesperantes promesas de entrega de respuestas oficiales, que en muchos casos terminaban en información de escaso valor periodístico, y que sólo enraizaba la opacidad gubernamental.

Para el político, académico y expresidente del entonces IFE, José Woldenberg, “antes del año 2003 la información pública era realmente privada y manejada discrecionalmente por las diferentes dependencias; a partir de ese año, la información pública es pública y los funcionarios deben ofrecer buenas razones para que la información que manejan, generan, producen y/o administran, pueda considerarse reservada. Se trata de un cambio que nadie puede minusvaluar”.

Aun con el citado marco legal, era entendible que el arranque y maduración de la recién creada política de transparencia y el ejercicio del derecho de acceso a la información (DAI) fuera lento y con tropiezos.

La principal resistencia provino del propio gremio periodístico. El acceso a la información era un concepto difícil de digerir o desconocido. La mayoría de los periodistas mexicanos, de la vieja guardia, menospreciaban o leían con extraña curiosidad lo que se acababa de aprobar.

Había apoyo en términos informativos, pero no entendimiento de los cambios que iniciaban. Los más interesados eran los jóvenes periodistas y estudiantes de comunicación, que estaban más familiarizados con la búsqueda documental a través de instrumentos digitales y cibernéticos, como el Internet, y también hacían una clara apuesta a favor del periodismo de investigación.<sup>1</sup>

Todo fue cuestión de tiempo para que se consolidara la política de transparencia y el derecho constitucional de acceso a la información pública. Un indicador de ese avance fue el número de solicitudes de acceso a la información, las cuales iban creciendo de manera sostenida.

En su ensayo *“Acceso a la información, periodismo y redes sociales. Escenarios futuros”*, el periodista e integrante del Grupo Oaxaca, Jenaro Villamil, resume: *“A nivel nacional, del 12 de junio de 2003 al 31 de octubre de 2011 (101 meses) se habían contabilizado 719 mil 75 solicitudes de información.”*<sup>2</sup>

En el Distrito Federal, de 2004 a septiembre de 2011, se contabilizaron 331 mil 153 solicitudes de acceso, es decir, las solicitudes realizadas en el Distrito Federal ante el InfoDF representan casi el 50 por ciento de todas

---

1. José Woldenberg Karakowsky (2019). *Por una cultura de la transparencia en México*, Cuadernos de Transparencia, vol. 8, México: INAI, p. 8.

2. Jenaro Villamil (2011). “Acceso a la información, periodismo y redes sociales. Escenarios futuros”. *Ensayos para la Transparencia de la Ciudad de México*, vol. 18, México: InfoDF, p. 6.

las solicitudes realizadas a nivel nacional ante el IFAI, a pesar de que la ley capitalina entró en vigor un año después.<sup>3</sup>

En 2008, el Infomex llega a sustituir al Sistema de Información (SISI), primer mecanismo para gestionar el derecho de acceso a la información pública, y para mayo de 2016 el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) pone en marcha la Plataforma Nacional de Transparencia (PNT), que extingue todas las plataformas estatales de acceso a la información y se erige como la única herramienta para solicitar información pública.

A 21 años de distancia de aquella primera ley, y en el contexto de un avasallante desarrollo tecnológico, el derecho de acceso a la información se ha abierto espacio y mantiene un lugar preponderante en esta vorágine digital.

Cifras actuales, a 2023, indican que en la Plataforma Nacional de Transparencia (PNT) se han realizado 13 millones 281 mil 205 consultas de información pública, y se han presentado 7 millones 902 mil solicitudes de información.<sup>4</sup>

## **CASOS EMBLEMÁTICOS**

El acceso a la información ha demostrado, en su incipiente incorporación a la vida democrática de México, su aportación para acabar con la opacidad, la tendencia al ocultamiento

---

3. *Idem*, p. 7.

4. Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

sistemático, y con la distorsión gubernamental de considerar la información como un patrimonio de la persona funcionaria o de la institución, y no de la ciudadanía.

Numerosos casos de investigaciones periodísticas basadas en el uso de las solicitudes de información fueron ventilándose ante la opinión pública, los cuales, por su fuerza y contundencia, merecieron premios nacionales e internacionales.

Ejemplos de ello lo constituyen el caso del *Toallagate*, de la periodista Anabel Hernández, que en 2001 dejó al descubierto que durante el gobierno de Vicente Fox se adquirieron toallas por 3 mil 600 pesos cada una (440 dólares al tipo de cambio de ese entonces), como parte de los gastos de remodelación de la residencia oficial de Los Pinos.

En 2004, la revista *Proceso* hace pública la compra que realizó el entonces embajador de México ante la OCDE, Carlos Flores, de colchones con un costo de 6 mil dólares, para la sede de esta representación.

Para 2012, *The New York Times* —gracias a un trabajo de investigación y coordinación entre los periodistas David Barstow, de Estados Unidos y Alejandra Xanic, de México— reveló el caso de corrupción de la empresa Walmart, a cuyos directivos se les señaló de haber sobornado a personas funcionarias mexicanas para acelerar la apertura de tiendas en nuestro país.

*La Estafa Maestra*, investigación periodística desarrollada por la periodista Nayeli Roldán, en coordinación con la organización Mexicanos contra la Corrupción y la Impunidad (MCCI), publicada en el portal *Animal Político*, en septiembre de 2017 dejó al descubierto la red de complicidad que se estableció para desviar millones de pesos, y que implicó a 11 dependencias de la administración de Enrique Peña Nieto,

a aproximadamente 50 personas funcionarias públicas y a ocho universidades. Para desenredar ese entramado de ilegalidades, recurrió a 517 solicitudes de información.

A finales de 2018, las periodistas Alejandra Guillén, Mago Torres y Marcela Turati publicaron su investigación “El país de las 2 mil fosas”, en la que develaron que entre 2006 y 2016 fueron descubiertas casi 2 mil entierros ilegales, donde criminales desaparecieron a sus víctimas. Tuvo un sustento importante en decenas de solicitudes de información ante dependencias públicas federales y estatales.

Como éstos, muchos casos más han llegado a demostrar la valía de la transparencia y del acceso a la información pública como herramienta indispensable para el escrutinio de la sociedad, la rendición de cuentas y el combate a la corrupción, incluso, esas herramientas se volvieron, en muchas ocasiones, incómodas para el poder.

En el capítulo II, “La transparencia como mecanismo de control al poder público”, de la obra *Por una cultura de la transparencia en México*, José Woldenberg abona al respecto:

A muchos funcionarios públicos les cuesta entender que la información que manejan no es de ellos; les resulta engorroso responder a las “necesidades” de los ciudadanos y no falta quien afirme que se pierde demasiado “tiempo, dinero y esfuerzo” procesando y atendiendo las exigencias del público. Ello es así porque a lo largo del tiempo la información pública se manejó de manera opaca y caprichosa.<sup>5</sup>

---

5. Woldenberg Karakowsky, *op. cit.*, p. 11.

Ese actuar se manifiesta en instancias gubernamentales y en los poderes Legislativo y Judicial, así como en los sujetos obligados a la transparencia, entre los cuales no pueden faltar los partidos políticos, donde la reticencia a transparentar la información que detentan pareciera también ser recurrente.

## **DINEROS Y PARTIDOS POLÍTICOS**

Bien sabido es que en junio de 2024 nuestro país vivirá el más grande y complejo proceso electoral de su vida democrática, en el que se renovará la Presidencia de la República, 128 senadurías, 500 curules en la Cámara de Diputados, ocho gubernaturas y la Jefatura de esta capital, 31 congresos locales, 1,580 ayuntamientos, 16 alcaldías de la Ciudad de México y 24 juntas municipales.

La vía principal por la que llegarán a las boletas electorales las y los aspirantes a esos puestos de elección popular será, principalmente, la de los partidos políticos, los cuales hoy en día están obligados a abrir su información al escrutinio público.

Fue con la reforma constitucional de 2014 que se estableció un nuevo paradigma en esta materia, pues se fue más allá de la esfera gubernamental en términos de apertura y se incorporaron a los partidos políticos al régimen de transparencia, es decir, como sujetos obligados, misma fecha en la que también se sumaron a esas disposiciones legales los poderes Judicial y Legislativo, así como a los fideicomisos y los fondos públicos.

¿Por qué es importante que haya transparencia en los partidos políticos? De entrada, son asociaciones de interés

público que se conducen de acuerdo con ciertos principios e ideas, a fin de promover la participación democrática y servir como organizaciones de ciudadanas y ciudadanos para ocupar cargos de elección popular, mediante el voto universal, libre, secreto y directo, según lo precisa el INE.<sup>6</sup>

Pero, sobre todo, son instituciones que para subsistir reciben recursos públicos, por lo cual la población tiene derecho a saber todo acerca de los partidos políticos, lo cual se ha ido perfeccionando tanto en el marco legal electoral como en el de la transparencia, en donde se precisa lo que se les puede solicitar que, entre otros tópicos, está el del financiamiento que reciben anualmente, los gastos que efectúan en precampañas, campañas y votaciones, los contratos y adquisiciones que realizan, los sueldos que perciben sus cuadros dirigentes, los eventos que realizan y los costos que tienen, su padrón de militantes, así como los métodos que utilizan para la designación de sus personas dirigentes y candidatas a puestos de elección popular.

En teoría, no debería haber mayor problema para realizar esta labor de fiscalización ciudadana y entregar a quien solicite información, datos, cifras y documentos confiables, lo que ayudaría a la población a emitir en las urnas un voto razonado, un voto informado.

Sin embargo, a pesar de las reformas en materia de transparencia y la creación de nueva normatividad, los partidos políticos mexicanos son poco transparentes en el ejercicio de sus funciones [...] las élites partidarias son reacias

---

6. Disponible en:  
[https://portalanterior.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Informacion\\_Electoral/](https://portalanterior.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Informacion_Electoral/)

a perder el poder de la información y la ciudadanía no está lo suficientemente preparada para exigir su publicación.<sup>7</sup> Éste es uno de los factores que ha incidido en bajos índices de confiabilidad ciudadana hacia los partidos políticos.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Cultura Cívica (ENCUCI, 2020), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), los partidos políticos en nuestro país se ubican en último lugar de la escala de *confianza ciudadana*.

Según el sondeo levantado en septiembre de 2020 y difundido en 2021, el 76.4% de la población de 15 o más, dijo tener “nada de confianza” o “poca confianza” hacia los partidos políticos.

Apenas el 2.5% de las personas encuestadas respondió tener “mucho confianza” en esos institutos, en tanto que otro 19.3% expresó tener “algo de confianza” en ellos.<sup>8</sup>

Otro elemento preponderante en este tema es el de los dineros. Para la contienda electoral de 2024, el Pleno del Instituto Nacional Electoral (INE) aprobó, en su sesión de agosto de 2023, otorgar a los partidos políticos con registro nacional prerrogativas por un total de 10 mil 444 millones de pesos, el mayor monto que se les ha otorgado en la historia política de México.

---

7. José Loredo Bautista (2019). *La Transparencia en los Partidos Políticos Mexicanos*, Serie Breviarios de Cultura Política Democrática, núm. 37, Toluca, México: Instituto Electoral del Estado de México, p. 10.

8. Disponible en:

[https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/encuci/2020/doc/ENCUCI\\_2020\\_Presentacion\\_Ejecutiva.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/encuci/2020/doc/ENCUCI_2020_Presentacion_Ejecutiva.pdf)

Según la fórmula establecida, el partido Morena será el que más financiamiento obtendrá, con el 30% de ese monto, que en pesos y centavos representa 3 mil 100 millones de pesos; le sigue el PAN, con 18%, y otro monto similar corresponderá al PRI, que traducidos a pesos implicará cerca de mil 900 millones para cada uno.

En cuarto lugar, se coloca Movimiento Ciudadano (MC), al que le corresponderá 10% del recurso aprobado por el INE, y que alcanzará los mil millones de pesos; con un 9% se coloca el PVEM, al que le asignarán 893 millones, y al final se encuentran el PRD y PT, con el 7%, que implica poco más de 700 millones de pesos también para cada uno.

Esta bolsa de recursos públicos —que será revisada y votada por la Cámara de Diputados— permitirá que los institutos políticos cubran sus actividades ordinarias permanentes, así como los gastos de campaña y las actividades específicas durante el año de las votaciones.

## **EN RESUMIDAS CUENTAS**

Al tratarse de recursos públicos, uno de los principales retos es que la transparencia y la rendición de cuentas prevalezcan en el ánimo, voluntad y disposición de los partidos políticos, pues a pesar de encontrarse establecidas en la ley sus obligaciones de transparencia no siempre se han apegado a ella.

Pero al igual que ese financiamiento, esas entidades de interés público deben abrir al escrutinio de la ciudadanía toda su vida interna y hacerlo todo el tiempo, no únicamente en época electoral, lo que, sin duda, ayudará a consolidar una cultura de la transparencia entre estos sujetos obligados,

lo cual también podría incrementar sus niveles de confianza entre la ciudadanía.

Pareciera una tarea compleja para los partidos políticos transitar hacia un escenario en el que no haya denuncias por irregularidades en la designación de personas candidatas a puestos de elección popular; no haya casos de entrega de financiamiento irregular; no se conozca de personas líderes detenidas con millones de pesos en sus bolsas; no se repitan entregas discrecionales de recursos; no exista manipulación de estatutos internos para mantener el control de ciertas familias al frente de tal o cual partido político...

El reto es enorme para las dirigencias partidistas, las autoridades en el ámbito electoral y de la transparencia y las organizaciones sociales y la ciudadanía.

Actualmente, la falta de confianza de los ciudadanos respecto de estos institutos es un foco rojo del descontento social, el cual resulta urgente atender. Es indispensable encontrar mecanismos de acercamiento a la ciudadanía que permitan a los partidos recuperar la confianza de la sociedad y así poder cumplir con esta función de intermediario de manera legítima.

Una política de transparencia firme y comprometida, que garantice el adecuado ejercicio del derecho de acceso a la información pública para promover la participación política, puede ser un mecanismo.<sup>9</sup>

---

9. Ana Elena Fierro Ferráez (2016). *Retos de los partidos políticos en transparencia proactiva*, en Cuadernos de Divulgación de la Justicia Electoral, vol. 33, México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, pp. 12-13.

Poca efectividad tendría establecer leyes más restrictivas, más drásticas, más severas, más punitivas, si no hay la voluntad, la disposición, el convencimiento de los liderazgos y de los órganos de dirección de los partidos políticos de que les sale más barato tener transparencia, que no tenerla.