

Título. “El litigio por los spots electorales: ¿equidad en el acceso a los medios de comunicación?”

Autores:

Lic. Mauricio Sosa Ocaña, Cultura DH, mauricio.sosa@culturadh.mx

Lic. Ariadna Avendaño Arellano, UNAM, ary_shirm@hotmail.com

Introducción

La regulación del acceso de los candidatos y partidos políticos a los tiempos en radio y televisión durante precampañas y campañas proselitistas en México entre 2007 y 2012, no generó mayor certeza en la equidad electoral, tampoco contribuyó a que el comportamiento de los actores políticos y medios de comunicación fuera apegado a los principios rectores establecidos en la entonces recién aprobada reforma electoral; por lo que no hubo un avance en la transparencia del uso de recursos públicos empleados para este fin. Lo anterior, puede desprenderse de diversas resoluciones emitidas por autoridades administrativas y jurisdiccionales en la materia. Todo ello derivó en un litigio por los spots publicitarios que podría calificarse de interminable.

En la primera sección de este trabajo, detallamos el entramado legal para garantizar a partidos políticos, candidatos y autoridades electorales el acceso equitativo e igualitario a radio y televisión, a la luz del modelo deliberativo de la democracia.

Dicha regulación puede resumirse en cuatro aspectos esenciales: 1) Derecho permanente de los partidos políticos a tiempos de radio y televisión para difundir sus mensajes electorales; 2) Derecho de las autoridades electorales a tiempos de radio y televisión; 3) Prohibición a partidos políticos y sociedad en general, de comprar y difundir spots en radio y televisión con fines proselitistas; y 4) Suspensión de propaganda y campañas publicitarias gubernamentales durante campañas (con excepciones puntuales).

En la segunda sección, explicamos cómo dicho esquema regulatorio desencadenó un litigio por los spots transmitidos, consistente en el enfrentamiento entre autoridades electorales, partidos políticos y legisladores, concesionarios de radio y televisión, poderes gubernamentales y particulares involucrados en la autoría, contratación o pretensión de difundir spots, anuncios y entrevistas con contenido electoral, institucional o gubernamental, a través de una serie interminable de recursos legales ante el entonces

Instituto Federal Electoral (IFE) y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).

Estos procesos administrativos y jurisdiccionales derivaron en diversos acuerdos y sentencias de las autoridades electorales, que ponen de relieve la diferencia de criterios jurídicos y argumentativos al resolver dichos casos. Pero sobre todo, a una consecuencia dicotómica producto de la regulación del acceso a los medios masivos de comunicación con fines electorales: primero, no contribuyó a una mayor equidad en el acceso a dichos medios; y segundo, develó esquemas de difusión de mensajes no contemplados en la norma ni para su sanción ni para su permisibilidad.

En las consideraciones finales, señalaremos algunos aspectos que las evidencias reunidas permiten enumerar respecto al modelo de la democracia deliberativa y el sistema de acceso a radio y televisión mexicano en tiempos electorales y la nueva configuración del modelo de comunicación ante la reciente reforma de febrero de 2014. Adelantamos la vigencia de la pregunta ¿este modelo permitirá mayor equidad electoral? Si es así ¿para quiénes?

1. El modelo de comunicación política en México y la democracia deliberativa

A la luz de la democracia deliberativa,¹ el presente trabajo parte de la hipótesis de que el modelo de comunicación política en México, a raíz de la importante reforma electoral de 2007, poco contribuyó a generar condiciones de equidad en el acceso a los medios de comunicación, principalmente por qué tanto actores políticos –candidatos y partidos-, medios de comunicación y autoridades, llevaron a cabo interpretaciones de la norma conforme a sus distintos puntos de vista, siempre desde un lugar de conveniencia particular; creando un litigio permanente y olvidando el proceso democrático de deliberación como una de las partes centrales de todo proceso electoral.

Comprendemos a los procesos electorales como una de las manifestaciones más sofisticadas de la participación de las personas en el ámbito de lo público (Rabotnikof, 2005); las campañas electorales y en particular los mensajes propagandísticos de los

¹ La democracia deliberativa, vista como una herramienta discursiva y analítica que establece las pautas al poder Estatal mismas que permitirán garantizar y facilitar la inclusión social y fomentar la participación ciudadana. La configuración de la sociedad actual demanda una reivindicación de la participación colectiva, es decir, apuesta a una democracia deliberativa en el sentido de orientar las reglas y procedimientos basados en un proceso comunicativo que dirige el discurso público.

partidos políticos y los candidatos son uno de los formatos más relevantes del empleo de los medios de comunicación por parte del poder político, para los fines particulares de cada grupo.

Uno de los formatos más recurridos por la mercadotecnia política, son los spots electorales usados como la herramienta comunicacional o publicitaria que emplean los candidatos para llegar a los electores para buscar sus votos.

Ahora bien, la participación de los electores en el espacio público, en la configuración de la opinión pública y en los procesos electorales puede darse en distintos niveles o dimensiones según las características y reglas de la competencia y representaciones electorales.

Ferree (2002: 289-324) propone cuatro modelos de la esfera pública: 1) la determinada por la representatividad liberal ocupada por grupos elitistas ilustrados y representativos, en donde la participación ciudadana debe darse por los canales institucionales determinados para ello (principalmente el voto), se niega un rol protagónico del electorado en el debate por no ser racional; 2) la liberal participativa que busca maximizar la participación ciudadana con contenidos que la empoderen y fortalezcan su participación, los medios de comunicación tienen contenidos más plurales y rechaza darle voz solamente a los expertos, promueven la deliberación reflexiva respecto de lo público, existen mediadores y no se excluye el elemento emotivo de la discusión; 3) la teoría discursiva basada en el proceso deliberativo, el modo de presentación de las ideas, los argumentos y razonamientos públicos entre ciudadanos iguales, debate periférico e inclusivo de diferentes organizaciones, lo que permite la intersubjetividad y las relaciones entre personas; 4) la teoría constructivista que pondera la inclusión popular en el proceso deliberativo para incrementar las posibilidades de deliberación de grupos marginados, la diversidad y las identidades, cuestiona el discurso del poder, niega la distinción entre lo público y lo privado, lo que dinamiza la pluralidad de actores desde la base social y no de las élites.

Dichos modelos de esfera, ligados a las características del debate, determinan la inclusión o no de los electores y actores en él y en el proceso electoral, con ciertas condiciones de equidad.

El modelo de la democracia deliberativa tiene como centro la deliberación pública y la argumentación racional entre personas “libres e iguales” para tomar “decisiones correctas y justas en bien de la comunidad política” (Monsiváis, 2006: 294).

Los procesos electorales deben ser entendidos como procedimientos de transformación política que idealmente deberán facilitar la transición hacia distintos niveles de democracia, a saber: la fase de la democracia representativa a la deliberativa y la ciudadana.

De los distintos mecanismos estatales que existen para la transformación pacífica, los procesos electorales juegan un papel preponderante y estratégico pues dentro de la dinámica democrática, estos permiten dirigir u orientar de manera institucionalizada y sistemática la voluntad política de los grupos mayoritarios y convertirlos en órganos de gobiernos o poderes públicos.

Por ello, es necesario transitar de un modelo de democracia representativa, caracterizada esencialmente por fomentar modelos mercadológicos pragmáticos que persuaden masivamente a través de estrategias propagandistas para lograr obtener el voto del electorado, dejando de lado el análisis y la reflexión sobre los problemas de gobernabilidad. A diferencia del modelo representativo, la democracia deliberativa promueve el análisis crítico, el debate civilizado y la discusión argumentada entre los candidatos y entre la sociedad con estos y el gobierno, con el objetivo de decidir cuáles son los proyectos que se deben incluir en cada periodo de la administración pública. “Su objetivo central es la elevación de la conciencia de los ciudadanos para examinar y decidir con responsabilidad, crítica y madurez las vías más adecuadas para resolver el futuro de sus comunidades.

De esta manera, la democracia deliberativa se caracteriza por “su carácter inclusivo, público, argumentativo, igualitario, porque coloca sobre la mesa las razones y no sólo intereses egoístas. Así, promueve la imparcialidad derivada de la colegiación de las decisiones en procesos abiertos, integradores, basado en la razonabilidad y en el mejor argumento. Por consiguiente, uno de los aciertos de la democracia deliberativa está en el control ciudadano a lo estatal, para que las instituciones por sí o siguiendo los intereses de los factores reales de poder, no actúen en forma autoritaria. Se trata que los ciudadanos recuperen una actitud ofensiva frente a las instituciones y por eso se pide que el sistema representativo sea modificado en las cuatro etapas clásicas del proceso: debate, mandato, control, y actuación gubernamental, para incrementar la deliberación, la calidad de la democracia y el poder cuestionar a la corrupción, además de generar instrumentos para solucionarla mediante la discusión pública de los asuntos. Este nuevo enfoque democrático pone énfasis en el papel que juegan los poderes reales de poder: partidos, medios de

comunicación electrónicos, intereses económicos nacionales y transnacionales, cuando cooptan el aparato del Estado y se lo reparten como botín (Cárdenas, 2006: 196-7)” (Esteinou, 2013: 29)

Sin embargo, para avanzar del modelo representativo al deliberativo se requiere que la clase política se conduzca de forma ético-moral.

Las reformas a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) de 2007, y al entonces Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) de 2008, incidieron en el régimen normativo de a) los partidos y las agrupaciones políticas nacionales; b) el financiamiento y la fiscalización de los recursos; c) el Instituto Federal Electoral; d) las precampañas y campañas electorales; e) el proceso electoral; f) Nuevas reglas de acceso a radio y televisión, y g) el régimen sancionador electoral y disciplinario. Los legisladores argumentaron que el sistema de competencia requería reglas que permitieran una competencia más equitativa para todos los contendientes y el electorado, por haberse transgredido las reglas no escritas de competencia leal, civilizada y racional de todo régimen democrático.

Para fines del presente ensayo se abundará en detalles en las nuevas reglas de acceso a radio y televisión, el uso que se dio de las mismas y el lugar del electorado en este modelo. Dicha reforma conformó un nuevo modelo electoral y una nueva relación entre los partidos políticos, la sociedad y los medios de comunicación, especialmente la radio y la televisión. Se le denominó *nuevo modelo de comunicación*.

En el artículo 41 constitucional se estableció como única autoridad administradora de esos tiempos para sus propios fines, los de otras autoridades electorales federales y locales y partidos políticos al entonces Instituto Federal Electoral (IFE)².

Derivado de la reforma en materia electoral del 2007, el artículo 99 de la Constitución señaló, reforzó, precisó o agregó facultades del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

El artículo 134 prohibió a servidores públicos promocionar su imagen; los obligó a aplicar imparcialmente los recursos que están bajo su responsabilidad, sin afectar la equidad de la competencia entre partidos políticos; les prohibió hacer promoción personalizada con

² IFE, Instituto Federal Electoral, hoy INE, Instituto Nacional Electoral.

recursos públicos; y determinó que la propaganda gubernamental no debería incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de los mismos; situación que se mantuvo en la última reforma, en febrero del presente año.

1.1. Acceso a radio y televisión

Los poderes políticos³ diseñaron un entramado legal para garantizar a partidos políticos, candidatos y autoridades electorales el acceso equitativo e igualitario a radio y televisión; le llamaron: *nuevo modelo de comunicación*⁴.

La regulación en materia de acceso a radio y televisión se incorporó a la Constitución federal mexicana en el artículo 41, Base III, apartados A, B y D; además se especificó a través de 42 artículos en el entonces COFIPE⁵, y puede resumirse en cuatro aspectos⁶:

1. Derecho permanente de los partidos políticos de usar la radio y la televisión para difundir sus mensajes.
2. Las autoridades electorales también tienen derecho de acceder a dichos medios.
3. Prohibición a precandidatos, candidatos, partidos y sociedad en general, de comprar y difundir spots en radio y televisión con fines proselitistas.
4. Suspensión de propaganda y campañas publicitarias gubernamentales durante campañas, excepto aquellas sobre servicios educativos, salud o protección civil y de emergencia.

En su mayoría, las disposiciones legales no tienen antecedentes respecto de las que rigieron los procesos electorales de 2006.

³ La iniciativa de reformas a la Constitución en materia de reforma electoral fue presentada el 31 de agosto de 2007 en el Senado de la República, firmada por legisladores de los partidos políticos mayoritarios: los senadores del PRI Manlio Fabio Beltrones y Jesús Murillo Karam; del PAN Santiago Creel Miranda y Ricardo García Cervantes; del PRD Carlos Navarrete, Arturo Núñez Jiménez y René Arce Islas; los diputados panistas Diódoro Carrasco y Héctor Larios Córdova; los perredistas Javier González Garza y Raymundo Cárdenas Hernández; y el priista Emilio Gamboa Patrón.

⁴ Modelo que atendiera “las dos caras del problema: en una está el derecho privado, en la otra el interés público”, para “armonizar” las relaciones “entre política y medios de comunicación”; este fue el tercer objetivo planteado en estas reformas. El modelo buscó impedir que “actores ajenos” a las elecciones incidieran “en las campañas electorales y sus resultados a través de los medios de comunicación”. Para ello, los legisladores trasladaron a la Constitución el régimen regulatorio de la propaganda gubernamental durante los procesos electorales.

⁵ Abrogado mediante la publicación de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales el 23 de mayo de 2014.

⁶ Análisis comparativo de la reforma electoral constitucional y legal 2007 y 2008. Documento de difusión con fines informativos, editado por el IFE, pp. 20-21.

Dichas reglas, que permanecieron en el modelo comunicativo previsto en la reforma de febrero de 2014, establecieron para los comicios federales y locales la prohibición expresa a los partidos políticos y a particulares para comprar tiempos en radio y televisión, para transmitir cualquier tipo de anuncio con propaganda política y electoral, fuera o durante campañas, y a cambio se destinan los tiempos del Estado⁷ para ese fin.

Para esta tarea, la CPEUM y el COFIPE facultaron al IFE para administrar dichos tiempos fuera de procesos electorales, durante precampañas y campañas, tanto locales como federales.

Al IFE se le atribuyó la administración del tiempo del Estado en radio y televisión para difundir los mensajes de:

- Partidos políticos
- Del IFE y otras autoridades electorales federales y estatales

Asimismo se facultó al Instituto para suspender la difusión de los mensajes violatorios del marco legal. En términos prácticos, toda la propaganda electoral se pasa por la administración del hoy INE para que éste la remita a las estaciones de radio y televisión, de acuerdo a la asignación establecida, para ser transmitida.

También quedó en sus manos operar el régimen de sanciones para partidos, concesionarios, autoridades y terceros que infringieran las disposiciones legales.

Según el propio Instituto, este nuevo régimen legal le generó “53 nuevas obligaciones, 26 de las cuales se relacionan con las nuevas reglas en materia de administración de los tiempos del Estado en radio y televisión para fines electorales”⁸.

1.2. Tiempos oficiales para partidos políticos y autoridades electorales

Este aspecto es el núcleo central del nuevo modelo de comunicación diseñado en las reformas electorales, el cual comprende tres aspectos:

- IFE, única autoridad administradora de los tiempos en radio y televisión.
- Prohibición de contratar tiempos para difundir mensajes proselitistas.
- Asignación y distribución de tiempos oficiales para partidos políticos y autoridades electorales.

⁷ Tiempo sin costo que radiodifusoras y televisoras tienen la obligación de destinar para las campañas electorales.

⁸ Análisis comparativo de la reforma electoral constitucional y legal 2007 y 2008. Documento de difusión con fines informativos, editado por el IFE, p. 18.

El acceso a radio y televisión fue el campo más novedoso de la reforma electoral y el más complejo porque consideró las reglas generales de funcionamiento, y procedimientos específicos de operación⁹.

Al quedar prohibida la compra de tiempo en radio y televisión, los partidos políticos adquirieron el derecho de acceder a dichos medios, de forma gratuita, a través de los tiempos oficiales que el Estado tiene a su disposición por concepto de pago de impuestos de esta industria.

Derivados de distintos ordenamientos jurídicos, los tiempos oficiales en radio y televisión en México son de dos tipos: los del Estado y los Fiscales. Los primeros se establecieron en la Ley Federal de Radio y Televisión; los segundos se desprenden del impuesto especial que deben pagar las industrias que explotan un bien de la Nación.

Las reformas electorales vigentes sumaron en total 48 del Estado más los tiempos fiscales, y se los dieron a administrar al IFE para distribuirlos entre los partidos políticos y las autoridades electorales federales y estatales para transmitir sus mensajes durante tiempos electorales.

1.3. La distribución de tiempos en radio y televisión para campañas

Fuera de periodo electoral, los partidos nacionales tenían derecho a un programa mensual de cinco minutos, y 15 spots de 20 segundos cada uno. (Con la reforma de febrero del presente año, , los partidos políticos nacionales tendrán derecho a que sea utilizado para la transmisión de mensajes con duración de 30 segundos cada uno, en todas las estaciones de radio y canales de televisión. El total de mensajes se distribuirá en forma igualitaria entre los partidos políticos nacionales.)¹⁰

Las radiodifusoras y televisoras estaban obligadas a transmitir hasta tres minutos y medio (con la reforma de 2014, el tiempo se redujo a mensajes de dos y tres minutos) de esta propaganda electoral por cada hora de programación ordinaria de sus estaciones y canales.

Durante precampañas y campañas, a los partidos les toca equitativamente 30% del total de los tiempos de Estado, y el 70% se les asigna de manera proporcional a la votación que

⁹ Ibidem, p. 47

¹⁰ Artículo 181 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

obtuvieron en la pasada elección para diputados federales, en este caso la de 2006; a los partidos nuevos sólo les corresponden los primeros.

De acuerdo al Informe General sobre la Implementa de la Reforma Electoral durante el Proceso 2008-2009¹¹, elaborado por el IFE, para los procesos electorales locales y el federal de 2009 el IFE entregó 4 mil 461 pautas de radio y televisión para los mensajes tanto de partidos como de las autoridades, tanto para las precampañas, la intercampaña, la campaña y diversos ajustes, en las 32 entidades del país.

Administró 48 minutos diarios de dos mil 77 emisoras de radio y televisión del país (sin repetidoras) durante las precampañas, y de dos mil 43 durante las campañas.

Cada anuncio duró 30 segundos, uno y dos minutos sin fracciones, y los partidos optaron libremente por estos formatos, según les convino.

Para los comicios de 2009 el IFE diseñó cuatro modelos de pautas distintos: un para la campaña federal; otro para campañas locales; una más para el proceso federal y el local en el Estado de México, y una más para campañas locales en el Distrito Federal y en Querétaro¹².

Es decir, para la elección de diputados federales de 2009 la administración y distribución de tiempos oficiales en radio y televisión para los partidos políticos y las autoridades electorales se llevó a cabo a partir de cuatro modelos distintos.

Ello fue así porque a) la campaña federal tuvo lugar en todo el país se inició el 3 de mayo; b) hubo procesos electorales en 8 estados coincidentes con la federal; c) la elección local del Edomex inició el 7 de mayo, cuatro días después de la federal; d) los comicios estatales en el DF y Querétaro comenzaron el 18 de mayo, 15 días después de la federal; y 21 estados no tuvieron elección coincidente con la federal.

El IFE convirtió los tiempos en número de promocionales, es decir, dividió los 48 minutos entre la cantidad de segundos de cada mensaje autorizado, y a partir de estos números aplicó las fórmulas legales para distribuir los mensajes a partidos y autoridades.

¹¹ Ibídem, pp. 35-51

¹² Informe General... Op. Cit., p. 39.

2. Los Litigios por los spots

El nuevo modelo de comunicación electoral está marcado por una sucesión de litigios interpuestos por los actores políticos en contra de los spots políticos y electorales, difundidos por radio y televisión.

Llamamos litigios por los spots al enfrentamiento entre autoridades electorales, partidos políticos y legisladores, concesionarios de radio y televisión, poderes gubernamentales y particulares, involucrados en la autoría, contratación o pretensión de difundir spots, anuncios y entrevistas con contenido electoral, institucional o gubernamental, a través de una serie interminable de recursos legales ante el entonces IFE (hoy INE) y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).

Ello, debido a que lo relativo a radio y televisión en materia electoral, en ese momento era exclusiva de la competencia del Instituto Federal Electoral, y sus resoluciones podían ser combatidas ante el TEPJF, máxima autoridad jurisdiccional en la materia.

Estos procesos jurisdiccionales derivaron en diversos acuerdos y sentencias de las dos autoridades electorales, que ponen de relieve la diferencia de criterios jurídicos y argumentativos al resolver dichos casos.

El presente trabajo no analiza los argumentos jurídicos, ni legales, ni de contenido. Sí recurre a los casos más relevantes al respecto, con el objetivo de dejar constancia de los promocionales o spots políticos y electorales, así como otros formatos mediáticos, y si éstos han sido sancionados o no, y por qué razones, para ilustrar las condiciones de equidad de la contienda, según las evidencias empíricas aquí presentadas.

Un ejemplo claro fue el dado en pleno arranque de las precampañas electorales de 2009 bajo el modelo de comunicación establecido, las dos cadenas de televisión mexicanas - Televisa y TV Azteca- suspendieron sus respectivas programaciones para insertar, en bloque, los spots de los partidos políticos y autoridades electorales, añadiendo además un anuncio con el que responsabilizaron al IFE de la interrupción de “su programación preferida”¹³, un partido de fútbol.

El IFE publicó un desplegado al público en general, en donde señaló que la decisión de interrumpir la transmisión de los partidos de fútbol, para difundir los promocionales de

¹³ Acuerdos [CG44/2009](#) y [CG45/2009](#) del CG del IFE.

partidos políticos y de autoridades electorales fue de las empresas televisoras y no del instituto electoral¹⁴.

Ese fue el inicio de un interminable enfrentamiento entre poderes públicos, privados y actores políticos por la dominación del espacio mediático en pleno proceso electoral¹⁵, con un marco regulatorio recién aprobado con miras a generar condiciones más equitativas de competencia y acceso a medios electrónicos de comunicación.

Las precampañas electorales de 2009 no iniciaron con la transmisión de los spots de los partidos y las autoridades con base en el diseño establecido por el IFE, todo ello con base en la Constitución y las leyes¹⁶. En cambio, derivó en un acuerdo entre los industriales de la radio y la televisión y el propio IFE que luego revocó el Tribunal Electoral.

Sirva esta reseña para ejemplificar el flujo de recursos e impugnaciones entre autoridades electorales, medios de comunicación y partidos políticos respecto del uso de los tiempos electorales.

Este procedimiento sancionador marcó la dinámica durante los meses que duró el proceso electoral de 2009 y el posterior de 2012. Por un lado, el acatamiento cabal de las pautas determinadas por el IFE por parte de las televisoras y otros medios de comunicación; la

¹⁴ Instituto Federal Electoral, “Al público en general”, La Jornada, Reforma, El Universal, Excelsior, Milenio Diario y La Crónica de Hoy, todos del 2 de febrero de 2009.

¹⁵ Comunicado de prensa del IFE del 3 de febrero: detectó “conductas atípicas” en la transmisión de los spots, solicitado a las televisoras información al respecto para analizarla, y en su caso, iniciar investigaciones y procedimientos sancionadores. El panista Javier Corral Jurado, en el diario El Universal del 3 de febrero, calificó el hecho como “parte de un operativo de desinformación” ciudadana. En el periódico Reforma, el 5 de febrero, Miguel Ángel Granados Chapa señaló que fue una “transparente” defensa de intereses empresariales de las televisoras. El 18 de ese mes, Lorenzo Córdova (hoy titular del INE), en El Universal, señaló de “desafiante e ilegal” la actitud de las televisoras. El 19 siguiente, José Woldenberg se preguntó en ese mismo diario: ¿Van las dos grandes cadenas televisoras de México a contribuir a crear un clima adecuado para el desarrollo de las campañas electorales o van a “jugar” a generar repudio contra los partidos políticos, sus candidatos y las instituciones electorales del país? Con ello, “manipularon la propaganda electoral para generar entre el auditorio un rechazo hacia esas entidades”. Esa misma semana aparecieron algunas encuestas al respecto que documentaron el malestar de la ciudadanía. La publicada el 9 de febrero por María de las Heras, en la página 5 de Milenio Diario señalaba: 56% de los cuestionados señaló que “la interrupción de eventos deportivos es (fue) culpa del IFE” y 51% dijo que “sólo van a conseguir que el electorado se aburra o los ignore”. Ulises Beltrán y Asociados en Excelsior página 10, señaló que un tercio de los consultados se enteró de la interrupción, 47% no; al informar a la población sobre la situación, se rechazó ampliamente esa acción de las televisoras, pues al 62% le pareció mal, también disgustó la transmisión en bloque de los spots electorales a 61% de los consultados. El 9 de febrero, la Secretaría Ejecutiva del IFE, recibió de parte del Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos y Secretario Técnico del Comité de Radio y Televisión de ese organismo, los expedientes por probables violaciones a la normatividad electoral, para iniciar los procedimientos administrativos en contra de Televimex S. A. de C. V. (Televisa) y Televisión Azteca S. A., de C. V. (TV Azteca).

difusión de spots o mensajes televisivos con tintes políticos o electorales fuera del mandato de la autoridad; los formatos de los mensajes empleados por las televisoras y candidatos; y los contenidos de los promocionales, fueron los puntos nodales impugnados, analizados, sancionados o no por las instancias correspondientes.

En todos los casos, los mensajes fueron difundidos bajo el régimen normativo establecido o fuera de éste y, como muestra la evidencia, contraviniendo el espíritu de las reformas que le dieron vida al nuevo modelo de comunicación política mexicana.

3. Consideraciones finales

Si bien las normas del nuevo modelo de comunicación buscaron “transformar el poder comunicativo en normas jurídicas y decisiones políticas” (Monsiváis, 2006: 296), éstas no aseguraron un trato igualitario de todos los participantes.

Es cierto que la distribución de los tiempos en radio y televisión se llevó acabo bajo los parámetros normativos establecidos, y con el régimen de representación según las fuerzas electorales obtenidas por cada partido. Con sus resoluciones, las autoridades electorales normalizaron la infracción de dicho régimen regulatorio con argumentos propios del derecho como “lo prohibido por la norma es”, o con el argumento del ejercicio periodístico y la libertad de expresión.

Este modelo privilegió solamente a los partidos políticos como élite aventajada (Young, citado por Monsiváis, 2006: 309) respecto de los ciudadanos electores, porque restringió a éstos la posibilidad de reivindicación de justicia y oportunidades de deliberar acerca de los temas de sus intereses.

Tras los 33 puntos recomendados por Javier Esteinou (2013: 107-134) poco queda por decir respecto al modelo mexicano de comunicación política; sin embargo, aventurados en este trabajo, proponemos, a partir del litigio por los spots, generado entre IFE y TEPJF, un análisis en los siguientes planos:

Por una parte, el régimen político democrático mexicano, definido en gran medida por las normas confeccionadas por los partidos y la clase política nacional bajo el modelo de democracia representativa, los medios de comunicación se insertan como intermediarios de los mensajes y no como espacios de vitalidad de la esfera pública.

Por otro, el criterio de distribución de espacios en radio y televisión regulado de manera proporcional a los votos obtenidos por cada fuerza política, podría modificarse por un esquema democrático deliberativo que dinamice la discusión, la inserción y la generación de debate auténtico entre políticos y ciudadanos.

Y es que consideramos necesario trascender las definiciones filosóficas y normativas del concepto de equidad hacia una concepción mucho más política desde el modelo de la democracia deliberativa.

En la actual confección de la norma se partió del principio de certeza en los procesos (puntos de partida) e incertidumbre en los resultados (puntos de llegada), entre otros, con lo cual se pretendió asegurar las mismas posibilidades de ganar a todos los candidatos (Gilas, 2013: 199).

Sin embargo, este modelo determina la exclusividad de los partidos políticos en el acceso y uso de los tiempos en radio y televisión, cerrando toda posibilidad a la ciudadanía de participar en la configuración de debates en el espacio público mediatizado. El propio Esteinou (2013: 113) sugiere una distribución de 60% de los tiempos en radio y televisión para la sociedad civil.

Esta ocupación del espacio mediático podría contribuir a que la ciudadanía construya y se apropie de ideologías a través de la deliberación, para conformar un frente a la desideologización política del presente, que prioriza la competencia electoral a través de alianzas electorales entre oposiciones antagónicas que buscan su beneficio más que la construcción de crítica, argumentos y bien colectivo.

En ese sentido, recogemos del movimiento feminista y de la lucha histórica de las mujeres por la igualdad, la construcción de la categoría de equidad de género, en tanto “dialéctica de intensa interrelación entre la progresiva influencia de un expansivo movimiento social globalizado, dinámico y decidido” a modificar la desigualdad en las relaciones entre los sexos; la elaboración de una teoría que descubrió, explica y visibiliza la opresión femenina; así como la *resignificación* de “lo privado y lo público, el poder, lo político, la democracia, la ciudadanía y los derechos humanos” (Maier, 2007: 177), para sugerir esfuerzos en el ámbito de las acciones afirmativas como requisito de la igualdad política en el ámbito de la deliberación.

Es decir, la sociedad organizada, la academia y la investigación, debe encaminarse hacia propuestas concretas para abrir los espacios mediáticos a la ciudadanía -no a través de los sondeos o las encuestas- sino por medio del debate, la deliberación y la aportación de propuestas para la solución de la vida diaria de las personas y las colectividades.

Proponemos, entonces, una movilización que recupere las acciones que develaron la hegemonía androcéntrica en las relaciones entre sexos, como modelo para la transformación del poder dominante de los partidos políticos y los poderes fácticos (masculino) acaparando la conducción de lo público, frente a la ciudadanía (femenino) recluida en las labores de lo privado del trabajo y el hogar.

Frente a la contienda electoral próxima a realizarse en nuestro país (2015) y ante la más reciente reforma Constitucional en materia electoral que define un nuevo régimen normativo a los que partidos y las agrupaciones políticas nacionales estarán sujetos (nuevas condiciones de acceso a tiempos de radio, televisión y comunicación política; nuevas reglas en la fiscalización de los recursos; modificación en los parámetros obligatorios de las precampañas y campañas electorales y las nuevas causales de anulación de las elecciones), se mantienen vigentes las preguntas: ¿se logrará garantizar la equidad de las contiendas, al menos en el uso de los tiempos en radio y televisión? ¿Estarán dispuestos los partidos a contribuir con la construcción de una ciudadanía activa, cuestionante y participativa en el debate y la búsqueda de soluciones?

Consideramos que el esquema del litigio por los spots electorales pervivirá como mecanismo de control político que ejercen los partidos políticos a las empresas mediáticas, a las autoridades electorales y entre contendientes, manteniendo en el rincón de la espectación al electorado, en espera de algún evento maximizado en la agenda mediática tradicional de la videopolítica -ya reseñada por Giovanni Sartori- y no cederán espacios en detrimento de su narcisismo político.

Más aún con el argumento de la reciente sentencia de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, que se pronunció por garantizar la libertad de expresión al declarar inválida una fracción del artículo 69 del Código de Elecciones y Participación Ciudadana del estado

Chiapas, que obligaba a los partidos políticos a “abstenerse en su propaganda política o electoral de cualquier expresión que denigre a las instituciones”¹⁷.

Asimismo las empresas mediáticas conocen en demasía el sistema de distribución y asignación de los tiempos en radio y televisión, cuentan con los recursos “creativos”, con los formatos periodísticos y narrativos para la elaboración de mensajes propagandísticos velados.

Y la ciudadanía encuentra en la televisión y la radio tan poco espacios para la reflexión de la cosa pública –o lo que es lo mismo- las programaciones están coptadas por la producción para el entretenimiento y el espectáculo¹⁸, que pocos resquicios se observan para la deliberación.

Cuadro 1. Spots impugnados por considerar que violentaron el nuevo modelo de comunicación política.

SPOTS	CONTENIDO	DENUNCIAS	SANCIONES
PAN Combate al narcotráfico ¹⁹ . 2009.	Referencia al combate al narcotráfico llevado a cabo por el gobierno federal.	Propaganda gubernamental. Infundir temor. Uso de símbolos religiosos. Contenido denigrante y calumnioso.	Tanto el IFE como el TEPJF consideraron infundadas las quejas por no advertir elementos para concluir que se coaccionaba el voto, se ejerciera presión o inducción ilegal ²⁰ . En la propaganda política y electoral los partidos expresan posiciones respecto del ejercicio del poder público, lo cual forma parte de la libertad de expresión

¹⁷ <http://www.animalpolitico.com/2014/10/partidos-politicos-podran-denigrar-sus-opositores/>

¹⁸ De enero a septiembre de 2014, en los 5 canales de televisión abierta en México (2, 4, 5, 7 y 13) los noticieros aparecen entre el séptimo y décimo lugar del top ten de programas más vistos; predominan las telenovelas, los deportes, las películas y los programas cómicos, https://www.nielsenibo.com.mx/b_topten.php

¹⁹ Acuerdo CG259/2009 del IFE; y resoluciones SUP-RAP-156/2009, SUP-RAP-157/2009 y SUP-RAP-143/2009 de la Sala Superior del TEPJF. Bol 053/2009-12 junio.

²⁰ Acuerdo CG259/2009 del IFE, página 91.

			dentro de una sociedad democrática ²¹ .
PVEM Difusión de actividades legislativas ²² . 2009.	Informó que presentó iniciativa de ley para castigar con pena de muerte a secuestradores y violadores.	Prohibición de contratar radio y televisión.	El IFE sancionó dichos spots y multó al partido político ²³ .
	Promocional sobre la protección de manglares.		El TEPJF revocó esa sanción ²⁴ porque consideró que no promovieron el voto; se difundidos fuera del periodo de precampañas y campañas; los diputados ejercieron su derecho constitucional a informar sobre su gestión; se identificaron claramente como legisladores (servidores públicos) integrantes del PVEM y difunden un tema estrictamente legislativo.
TV y novelas ²⁵ . 2009.	Publicidad de TV y Novelas, revista de entretenimiento y espectáculos, que difundió propaganda	Difundir ilegal de propaganda electoral en televisión.	IFE y TEPJF sancionaron dicha propaganda y los autores de la misma.

²¹ resoluciones SUP-RAP-156/2009, SUP-RAP-157/2009 y SUP-RAP-143/2009 de la Sala Superior del TEPJF.

²² Acuerdos CG104/2009 y CG130/2009 del IFE.

²³ Acuerdo CG104/2009 del IFE p. 36.

²⁴ Resolución SUP-RAP 75/2009 del TEPJF.

²⁵ Acuerdo CG321/2009 del IFE.

	electoral del PVEM.		
Vértigo y TV Azteca ²⁶ . 2009.	El número 432 de la revista Vértigo se publicó el 28 de junio de 2009 en la que difunde la estrategia del gobierno federal en materia de combate al crimen organizado	Retiro como medida cautelar, por considerarla propaganda electoral.	IFE y TEPJF consideraron que no podría considerarse propaganda política ni electoral ²⁷ .
Poder y negocios- Televisa. 2009.	Publicidad de la revista “Poder y Negocios” en la que se promocionó a Cesar Nava del PAN como candidato a diputado	Difundir ilegal de propaganda electoral en televisión.	El IFE no sancionó el spot por considerarlo que no infringía la norma ²⁸ . El TEPJF sí lo consideró violatorio ²⁹ y ordenó las sanciones correspondientes.
Un gancho al corazón ³⁰ . 2009.	Aparición en una telenovela de un actor con una	Difundir ilegal de propaganda electoral en	IFE y TEPJF sancionaron dicha propaganda y los autores de la misma ³¹ .

²⁶ Acuerdo CG347/2009 del IFE.

²⁷ Acuerdo CG347/2009 del IFE pp. 112 y 113; resolución SUP-RAP-215/2009 de la Sala Superior del TEPJF del 5 de agosto de 2009.

²⁸ Acuerdo CG320/2009 del IFE, del 26 de junio de 2009.

²⁹ A favor de sancionar: Flavio Galván, Manuel González, Salvador Nava y María del Carmen Alanís, por considerar que el núcleo de la transgresión fue la difusión en tiempo de campaña, de la portada de la revista en televisión con la imagen del político y la leyenda “César Nava, la nueva generación del PAN”, pues este personaje era candidato diputado federal por el PAN. En contra de sancionar: Pedro Esteban Penagos, José Alejandro Luna y Constancio Carrasco –ponente de la resolución-, porque consideraron inexistente la falta ya que César Nava ni el PAN solicitaron el voto en su favor.

³⁰ Acuerdo CG423/2009 del IFE.

³¹ Resolución SUP-RAP-267/2009 Y SUP-RAP-268/2009 de la Sala Superior del TEPJF.

	playera con la leyenda “SOY VERDE” y con elementos similares al logotipo del PVEM.	televisión.	
Candidatos en partidos de futbol transmitidos por televisión o en programas deportivos. 2009.	<p>Durante la transmisión de un partido de futbol fue entrevistado <i>casualmente</i> Demetrio Sodi de la Tijera, candidato del PAN a jefe delegacional en Miguel Hidalgo³².</p> <p>En <i>SportsCenter</i>, programa de información deportiva en los canales ESPN1 y ESPN2 de televisión restringida Sky y Cablevisión, se difundió una entrevista realizada a Ana Gabriela</p>	<p>Difundir ilegal de propaganda electoral en televisión.</p> <p>Adquisición de tiempos en televisión con fines electorales.</p>	<p>El IFE concluyó resolvió que el contenido de la entrevista sí constituía propaganda electoral pero que no fue contratada³³ por lo que no sancionó a ninguno de los denunciados.</p> <p>El TEPJF confirmó la resolución del IFE. Los magistrados enfatizaron la prohibición de contratar o adquirir tiempos en radio y televisión con fines electorales pero no la libertad de expresión y el derecho de información a través del ejercicio periodístico³⁴.</p>

³² Resolución SUP-RAP 234/2009 de la Sala Superior del TEPJF.

³³ Acuerdo 313 del CGFIE.

³⁴ Resolución SUP-RAP 280/2009 de la Sala Superior del TEPJF.

	Guevara Espinoza, quien fuera candidata a Jefa Delegacional en Miguel Hidalgo, postulada por PRD, PT y Convergencia.		
Programa Historias engarzadas. 2012	Promocional del programa en el que Luisa Ma. Calderón Hinojosa, candidata del PAN a la gubernatura de Michoacán, llama a la audiencia a ver el programa Historias Engarzadas, en el que dará a conocer su historia.	Difusión ilegal de propaganda electoral y promoción personalizada en televisión en presunta violación del principio de equidad.	IFE y TEPJF sancionaron con criterios distintos el contenido y sancionaron a los responsables.
Spots del PVEM. 2012.	Promoción de su candidato Enrique Peña Nieto.	presunta violación a lo dispuesto en los artículos 41 de la Constitución,	IFE y TEPJF, resoluciones diferenciadas.

Bibliografía consultada y referida

- De las Heras, María, “56% “Culpa del instituto electoral, la interrupción de eventos deportivos”, Milenio Diario, p. 5, 9 de febrero de 2009; y Ulises Beltrán, “Prefieren que los spots se queden en la banca”, Excélsior, p. 10, 9 de febrero de 2009.
- Esteinou Madrid Javier, "Hacia un modelo ciudadano de comunicación electoral para la construcción de la democracia en México" Temas selectos de derecho Electoral 36. Tribunal Federal Electoral del Poder Judicial de la Federación. 2013
- Esteinou Madrid, Javier. 2004. La videopolítica, los videoescándalos y la sucesión presidencial en México. En Anuario de Investigación de la Comunicación, XI, ed. Bernardo Russi Alzaga. México: Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Universidad Intercontinental.
———. 2005a. "La contra reforma comunicativa en México y sus consecuencias sociales". Argumentos 48 y 49 (diciembre), 165-90.
- Ferree, M.M. & Gamson, A. et al. 2002. “Four Models of the Public Sphere in Modern Democracies”, Theory and Society, Vol. 31, No. 3, (Jun. 2002), pp. 289---324.
- Gilas, Karolina Monika. 2013. El (mal) funcionamiento del nuevo modelo de comunicación social y política en las campañas electorales. Elección presidencial 2012. Revista Mexicana de Estudios Electorles, No. 12, julio de 2012-julio de 2013, pp. 183-205. México.
- Instituto Federal Electoral.
 - 2008. Análisis comparativo de la reforma electoral constitucional y legal 2007 y 2008. Documento de difusión con fines informativos, primera edición, México, DF.
 - 2009. Administración del tiempo del Estado en radio y televisión para fines electorales, Enero de 2009, Centro para el Desarrollo Democrático, México, DF.
 - 2009. Informe General sobre la Implementa de la Reforma Electoral durante el Proceso 2008-2009, diciembre de 2009, Centro para el Desarrollo Democrático, México, DF, http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/UTSID/UTSID-Procesos_Electorales/Proceso-2008-2009/LibroBlanco2008-2009_TomoI.pdf
 - Acuerdos del Consejo General del IFE:

- CG43/2009, http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/febrero/13febrero/13feb11hrs/CGe130209rp_UNICO.pdf
- CG44/2009, http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/Enero/13febrero/13feb12_30/CGe130209rp1.pdf
- CG45/2009, http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/Enero/13febrero/13feb12_30/CGe130209rp2.pdf
- CG47/2009, <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/febrero/20febrero/CGe200209rp1.pdf>
- CG48/2009, <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/febrero/20febrero/CGe200209rp2.pdf>
- CG90/2009, <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/marzo/13marzo/CGe130309rp1.pdf>
- CG103/2009, http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/marzo/29marzo/CGe290309rp2_3.pdf
- CG104/2009, http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/marzo/29marzo/CGe290309rp2_4.pdf
- CG130/2009, http://www.google.com/url?sa=t&source=web&cd=1&ved=0CBYQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ife.org.mx%2Fdocs%2FIFE-v2%2FDS%2FDS-CG%2FDS-SesionesCG%2FCG-resoluciones%2F2009%2FAbril%2F6abril%2FCGe60409rp2.doc&ei=JdQgTpiECsHniAKP_oDHAw&usg=AFQjCNHtvr_phNUUgg5o3M5UQ11S-KM9XQ
- CG259/2009, <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/Junio/CGe10609rp1.pdf>
- CG313/2009,

- CG320/2009, <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/Junio/26junio2aSesion/CGe260609rp1.pdf>
- CG321/2009, <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/Junio/26junio2aSesion/CGe260609rp2.pdf>
- CG347/2009, <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/Julio/8julio/CGe80709rp1.pdf>
- CG423/2009, <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-resoluciones/2009/agosto/19agosto/CGe190809rp6.pdf>
- Maier, Elizabeth. 2007. Convenios internacionales y equidad de género: un análisis de los compromisos adquiridos por México. Papeles de Población, vol. 13, núm. 53, julio-septiembre, 2007, pp. 175-202, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Mejía Barquera, Fernando, et. al., "Historia mínima de la televisión mexicana", en Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, México, julio. Disponible en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/historiarad.htm>.
- Mejía Barquera, Fernando, "Historia mínima de la radio mexicana", en Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, México, julio. Disponible en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/historiarad.htm>, consultada el 20 de marzo de 2011
- Monsiváis C., A. 2006. "Democracia deliberativa y teoría democrática: una revisión del valor de la deliberación pública", Revista Mexicana de Sociología, Vol. 68, No. 2, (A---J 2006), pp. 291---330.
- Paniagua, Fernando; et al, "Exigen explicación sobre spots en Tv", Reforma, p. 6, 2 de febrero de 2009.
- Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. 2009.
 - Video de la sesión pública del 11 de marzo. http://www.te.gob.mx/Informacion_juridiccional/sesion_publica/video_demanda/TransmisionDemanda.asp?video=2009/se_1103091100.rm

- Video de la sesión pública del 8 de mayo
http://www.te.gob.mx/Informacion_juridiccional/sesion_publica/video_demanda/TransmisionDemanda.asp?video=2009/se_0805091100.rm
- Sentencias:
 - SUP-RAP-41/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0041-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0041-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
 - SUP-RAP-59/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0059-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0059-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
 - SUP-RAP 73/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0073-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0073-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
 - SUP-RAP 75/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0075-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0075-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
 - SUP-RAP-143/2009,
<http://200.23.107.66/SISCON/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/RAP/SUP-RAP-0156-2009.htm>
 - SUP-RAP-156/2009,
<http://200.23.107.66/SISCON/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/RAP/SUP-RAP-0156-2009.htm>
 - SUP-RAP-157/2009,
<http://200.23.107.66/SISCON/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/RAP/SUP-RAP-0156-2009.htm>

- SUP-RAP-190/2009,
<http://200.23.107.66/SISCON/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/RAP/SUP-RAP-0190-2009.htm>
- SUP-RAP-196/2009,
<http://200.23.107.66/SISCON/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/RAP/SUP-RAP-0190-2009.htm>
- SUP-RAP-198/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0198-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0198-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
- SUP-RAP-201/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0201-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0201-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
- SUP-RAP-203/2009,
<http://200.23.107.66/SISCON/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/RAP/SUP-RAP-0190-2009.htm>
- SUP-RAP-212/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0201-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0201-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
- SUP-RAP-213/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0201-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0201-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
- SUP-RAP-215/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0215-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0215-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
- SUP-RAP 234/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll?f=templates\\$fn=contents-frame-](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll?f=templates$fn=contents-frame-)

h.htm\$3.0&tf=main&cp=nSentencias%2FnSuperior%2FnSENSUP2009%2Frap%2Fsup-rap-0234-2009.htm&c=100&sync=2#TOCSYNC

- SUP-RAP-267/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0267-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0267-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
- SUP-RAP-268/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0267-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0267-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)
- SUP-RAP 280/2009,
[http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0280-2009.htm?fn=document-frameset.htm\\$f=templates\\$3.0](http://200.23.107.66/siscon/gateway.dll/nSentencias/nSuperior/nSENSUP2009/rap/sup-rap-0280-2009.htm?fn=document-frameset.htm$f=templates$3.0)

- Senado de la República. 2007.
 - Gaceta Parlamentaria de la LXI Legislatura, Miércoles, 12 de septiembre de 2007, Primer Periodo Ordinario, <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=3&lg=60&f=2007/09/12/1>
 - Gaceta Parlamentaria de la LXI Legislatura, Viernes, 31 de agosto de 2007, Segundo Receso Comisión Permanente, <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=3&lg=60&f=2007/08/31/1>
 - Gaceta Parlamentaria de la LXI Legislatura, Miércoles, 05 de diciembre de 2007, Primer Periodo Ordinario, <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=3&lg=60&f=2007/12/05/1>
 - Versión estenográfica de la Reunión de las Comisiones Unidas de Gobernación, de Puntos Constitucionales, de Estudios Legislativos y de Radio, Televisión y Cinematografía del Senado de la República, LXI Legislatura, durante la audiencia pública que tuvo la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, durante

el análisis de la reforma electoral, 11 de septiembre de 2007,
[http://www.senado.gob.mx/reformaelectoral/content/versiones/11septiembre2007.p
df](http://www.senado.gob.mx/reformaelectoral/content/versiones/11septiembre2007.pdf)

- Versión estenográfica de la sesión ordinaria de la H. Cámara de Senadores, el
miércoles 12 de septiembre de 2007,
[http://www.senado.gob.mx/reformaelectoral/content/versiones/12septiembre2007.p
df](http://www.senado.gob.mx/reformaelectoral/content/versiones/12septiembre2007.pdf)
- Solís Leree, Beatriz. 2001. “De cómo llegamos hasta aquí... Los antecedentes de la Ley
Televisa”. En Esteinou, Javier y Alva de la Selva, Alma Rosa (coords.) La “Ley
Televisa” y la lucha por el poder en México. México, D.F.; Universidad Autónoma
Metropolitana.
- Urrutia, Alonso, “Presiones y desencuentros marcaron las negociaciones televisoras-
instituto”, La Jornada, p. 8, 13 de febrero de 2009.