



Revista Mexicana de Opinión Pública

ISSN: 1870-7300

rmop@politicas.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de  
México  
México

Baltazar Pérez, Sandra

La reacción del duopolio televisivo ante la iniciativa de Reforma Política Electoral 2006-  
2007

Revista Mexicana de Opinión Pública, núm. 10, abril, 2011, pp. 131-141

Universidad Nacional Autónoma de México

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=487456192007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# **La reacción del duopolio televisivo ante la iniciativa de Reforma Política Electoral 2006-2007**

Sandra Baltazar Pérez

## **Resumen**

Los procesos electorales en México han significado un gran tema de discusión y análisis en la historia de nuestro país.

El siguiente escrito hace mención de un pasaje significativo en materia de reformas electorales en el Estado mexicano. La finalidad del ensayo es presentar cómo reaccionó un poder factico conformado por dos televisoras mexicanas, ante la iniciativa de reforma electoral 2006-2007.

El ensayo realiza un bosquejo histórico acerca de reformas electorales en materia de medios de comunicación en México, así como de medios de comunicación ante reformas electorales y, finalmente, aborda la reacción de los medios en la última reforma electoral.

## **Palabras clave**

Medios de comunicación, Estado, reformas electorales, poder fáctico, legislación de medios, legislación electoral.

## **Abstract**

(Television Duopoly Reaction in front of Electoral Politic Reform 2006-2007)

The electoral process in Mexico has become a big discussion and analysis topic on the history of our country.

The next paperwork shows an important passage about electoral reforms in Mexican State. The finality of this essay is to show the factual power integrated by two Mexican broadcasters in sight of the electoral reforms 2006-2007.

This essay treats a history piece about electoral reforms in mass media subject in Mexico, also as media in front of electoral reforms and, finally, it raises the reaction of media on the last electoral reform.

## **Keywords**

Mass media, State, electoral reforms, media power, legislation of means, electoral legislation.

## I. Introducción

Los procesos electorales en México significan, sin duda, un punto que debe analizarse con lupa en aras de comprender el desarrollo político del país. En este escrito convergen los pasajes más importantes que se han dado en México en materia de reforma electoral, y se hace hincapié en la última reforma electoral y la reacción del que debería ser un bien social común, convertido en un poder fáctico.

Para ello, considero prudente señalar los antecedentes que, de manera directa, han dado pauta a reformas posteriores. He decidido apuntar los precedentes de reformas electorales, con el objetivo de mostrar las diversas ocasiones en las cuales se ha necesitado de reformas a la ley en cuanto a procesos electorales refiere, así como los principales lineamientos que de ellas han emanado.

También me resulta apropiado anotar los antecedentes del comportamiento de los medios con respecto a las reformas electorales anteriores. Esto con el fin de sentar bases para la comprensión de la conducta de los concesionarios de los medios en 2006, y bien podríamos decir que aún en la actualidad.

Tras mostrar los antecedentes que fundamentan las actuales decisiones políticas que al tema competen, he descrito de manera puntual los principales lineamientos de la reforma electoral 2006-2007, así como la reacción de los medios en el momento de su presentación. Así, pretendo que se observe cuál fue la conducta de los concesionarios del duopolio televisivo ante la nueva reforma, tomando como base los antecedentes necesarios y la descripción precisa de la situación de medios y la iniciativa de reforma electoral en el 2006.

En la conclusión, tras analizar hechos históricos y actuales, señalaré cuál es mi postura ante el comportamiento del duopolio televisivo, considerando a los medios de información masiva como un bien nacional y el aspecto legal en el cual se desenvuelven.

## II. Desarrollo

### 1. Antecedentes

#### **De reformas electorales en materia de medios de comunicación**

Tras la conclusión de la Revolución Mexicana, se inició la construcción de un nuevo proyecto de país, donde las políticas públicas modernizadoras y el fortalecimiento de las instituciones públicas conformaron el nuevo Estado mexicano. Dentro de este entramado de transformaciones en aras de una modernización política, los procesos electorales no quedaron fuera de la planificación, y fue en 1946 con la "gran reforma electoral, que se crean las instituciones centralizadoras y articuladoras de la participación electoral del país".<sup>1</sup> Este fue el comienzo de los ajustes constitucionales en materia de legislación electoral.

Las reformas electorales en el período 1946-1962 abogaban por la disminución letal de la pluralidad, dado que su enfoque se orientó al beneficio de la estructura interna priísta, lejos de fortalecer las elecciones y al sistema partidista. El debilitamiento de los partidos de oposición

---

1 Sirvent, Carlos, *Partidos políticos y procesos electorales en México*, Porrúa, México, 2002, p. 63.

y las elecciones no competitivas, representaban un excelente medio de legitimidad y fortalecimiento de control para el gobierno.<sup>2</sup>

En las décadas siguientes, los cambios sociales, las necesidades del sistema electoral y las circunstancias de los partidos que intentaban consolidarse como la alternancia al PRI, dieron pie a la reforma política electoral de 1977. Así, en diciembre de ese mismo año, fue promulgada la nueva Ley Electoral, la cual contenía elementos que transformarían la estructura del sistema electoral mexicano. Ésta, se plasmó en la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, aprobada por el Congreso junto con 17 modificaciones a otros artículos de la Constitución (artículos 6, 41, 51, 52, 53, 54, 55, 60, 61, 65, 70, 73, 74, 76, 93, 97 y 115).

Los puntos más relevantes fueron:<sup>3</sup>

- La constitucionalización de los partidos y de sus funciones políticas y la ampliación del tamaño de la cámara de diputados.
- Acceso de los partidos políticos, de manera libre y permanente, a los medios de comunicación.
- Mayor equilibrio en la composición de la Comisión Federal Electoral y división del país en 300 distritos federales electorales y pérdida del registro al partido que no alcanzara el 1.5 % de la votación nacional.

En 1986 se realizó una nueva reforma electoral, con la cual se amplió el espacio mínimo para los partidos minoritarios y se implementó la “cláusula de ingobernabilidad” y se eliminó el sistema de doble voto. Además, se estableció un mecanismo descentralizador de los procesos electorales y se flexibilizó la conformación de coaliciones. También se otorgó a todos los partidos un tiempo igual gratuito en radio y televisión y se les permitió la compra de tiempos adicionales según sus recursos.<sup>4</sup>

Hacia 1990, la nueva reforma electoral implicó la promulgación del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE); la creación del Instituto Federal Electoral (IFE) y la Junta General Ejecutiva, dentro del mismo órgano. La ley aprobada en la reforma facilitó el primer paso hacia el quiebre del control gubernamental sobre los procesos electorales, sin que ello significara la instrumentación de condiciones propicias para la garantía de elecciones federales libres y justas.<sup>5</sup>

Tras la reforma de 1990, comenzó la crítica hacia la legislación electoral con respecto al uso de los medios de comunicación, puesto que el PRI tenía privilegios en el acceso a ellos en comparación con el resto de los partidos políticos y, además, dicho partido se veía favorecido por la facilidad de compra de publicidad e inclinación ideológica de los medios masivos hacia él.

Así fue como se realizó la reforma de 1993, donde se establece que “el IFE será el encargado de proporcionar a los partidos políticos el catálogo de horarios y tarifas para contratar su publicidad; no podrán contratar publicidad directamente” y ningún concesionario debe negarse a

---

2 Méndez, de Hoyos Irma, “Las reformas electorales en México y el surgimiento y transformación del Instituto Federal Electoral”, en *Revista Iniciativa* #13. Instituto de Estudios Legislativos, <http://www.cddiputados.gob.mx>.

3 Sirvent, op. cit., pp. 71-73.

4 *Ibidem*, pp. 78-80.

5 Méndez, op. cit., <http://www.cddiputados.gob.mx>

vender publicidad a cualquier partido. Además, el IFE estaría encargado de moderar la presencia de los partidos tanto en radio como en televisión.<sup>6</sup> Con esta reforma, los partidos se veían obligados a presentar informes anuales de ingresos y egresos, así como a apegarse a un límite de gastos de campaña definido por el IFE. En ella también se incluían ajustes en materia de libertad de expresión y realización de encuestas nacionales.

En 1994 hubo otra reforma, la cual eliminó la intervención del presidente de la República en la designación de los consejeros del IFE, flexibilizó los requisitos para ser consejero y constituyó un avance en la autonomía del órgano electoral.<sup>7</sup>

Para 1996, se realizó una reforma más en materia electoral, a la cual Ernesto Zedillo llamó "normalidad democrática". En materia de medios, dicha reforma establecía:

- Predominio de los recursos públicos sobre los privados en materia de financiamiento de campañas y sistema mixto o combinado de asignación de recursos.
- "Equidad en el uso de los espacios en medios de comunicación para la propaganda de los partidos políticos; objetividad de los medios en el manejo de la información partidista durante las campañas y respeto a las libertades de manifestación y expresión de ideas".<sup>8</sup>
- Goce de 15 minutos mensuales en medios electrónicos para cada partido y acceso a un programa especial transmitido dos veces al mes
- *Spots* controlados y producidos por el IFE; prohibición de contratación de medios electrónicos para propaganda en contra o a favor de los partidos.
- Lineamientos generales aplicables a la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión y monitoreo de noticiarios para verificar que muestren contenidos permitidos.

La reforma de 1996 fue muy reconocida porque marcó la pauta para la garantía de condiciones más justas en la competencia entre partidos. "Los cambios en materia de financiamiento a los partidos, el acceso a medios de comunicación y los gastos de campaña representaron un avance importante respecto a leyes previas, que habían tendido a reproducir la posición hegemónica del partido gobernante".<sup>9</sup>

Nótese que todas estas reformas fueron realizadas antes de las elecciones del 2000, año en que por primera vez en la historia de México se alcanza la alternancia política en el primer mandatario del país. Para esta elección, cabe resaltar el rol que jugaron los medios de comunicación, "el uso de las nuevas técnicas de propaganda y mercadeo electoral, así como la presencia de nuevos recursos financieros otorgados por la nueva legislación electoral".<sup>10</sup>

### **De medios de comunicación ante reformas electorales**

En la reforma de 1977, el artículo 6º constitucional, fue ampliado para incluir en él el acceso a la información como derecho fundamental de cualquier ciudadano y, en especial, se reconoce a

6 Sirvent, *op. cit.*, p. 90.

7 *Ibidem.* p. 95-96.

8 Sirvent, *op. cit.*, p. 110.

9 Méndez, *op. cit.*, <http://www.cddiputados.gob.mx>

10 Sirvent, *op. cit.*, p. 126.

los partidos como entidades de derecho público, con garantía al uso de los medios de comunicación y libertad en la manifestación de sus ideas.<sup>11</sup> Sin embargo, en aras de una apertura del régimen, el derecho de acceso a la información y a los medios de comunicación se convirtió en un instrumento de propaganda para los partidos políticos y que provocaba una reacción política por parte de los concesionarios.

Según Trejo Delarbre, el derecho a la información fue confundido con el acceso a la información pública, términos que si bien están emparentados, no significan lo mismo, y en este sentido, es posible explicar la frustración del intento legislativo con respecto a la regulación mediática.<sup>12</sup> Eran tiempos donde no se cuestionaba el poder del ejecutivo sobre el legislativo, y donde el poder fáctico de los concesionarios de los medios ya jugaba un rol en suma importante.

De este modo, el primer grupo de oposición a la reglamentación en materia de medios, estaba conformado por una amplia "red de relaciones y alianzas vinculada con gran parte del empresariado nacional, potenciando su influencia y su capacidad de presión sobre un punto muy preciso de la agenda política".<sup>13</sup> Las presiones empresariales fueron tales que, desde el punto de vista gubernamental, se dio por cancelada cualquier posibilidad de implementación de un nuevo reglamento en materia de medios, argumentando que no se había logrado encontrar la fórmula para regular el acceso a la información.

Hacia 1981, inició, por parte de los medios, una campaña de desinformación contra los promotores del proyecto de reforma, aun cuando éste ya había sido sepultado. A través de dicha campaña, los medios masivos intentaban mostrar su negativa ante la reglamentación del acceso a la información, argumentando que se trataba de una medida violatoria a su libertad de expresión, y que el gobierno estaba realizando una *intromisión ilegítima en el manejo informativo*.<sup>14</sup> Según los concesionarios de los medios, los contenidos y las estructuras del manejo de información social, debían mantenerse regulados por los mismos medios y los periodistas que en ellos laboraban, sin necesidad de la intromisión legislativa del aparato estatal y/o gubernamental.

En las décadas siguientes, el tema de reforma en materia de medios se mantuvo con un bajo perfil, y fue hasta la reforma política electoral de 1996 donde volvió a cobrar fuerza. En dicha reforma, los concesionarios de los medios argumentaron que mientras no se coartara su libertad de expresión, acatarían las medidas necesarias para el cumplimiento de los procesos democráticos y con el fin de preservar el Estado de Derecho.

Así, se realizó la reforma electoral de 1996 y se indicó a los medios que deberían vigilar las transmisiones de radio y televisión para que nadie violara las garantías individuales de terceros, se abstuvieran de presentar notas relacionadas con la vida privada de los ciudadanos ni perturben la paz y orden públicos.

Sin embargo, en 1998, ante la propuesta de la cámara de diputados y senadores, de una reforma en materia de medios referente a la libertad de expresión, algunos diarios nacionales, con el apoyo de los medios de comunicación masiva –Televisa y Tv Azteca–, sincronizaron su

---

11 Gutiérrez, Roberto, *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*, Pomares, Barcelona, 2005, p. 49.

12 *Ibidem*, p. 51.

13 *Ibidem*, p. 52.

14 *Ibidem*, p. 54.

publicación de información y manifestaron su rechazo a cualquier reforma concerniente a la libertad de expresión. “La forma en la que se desarrolló esta campaña no dejaba prácticamente ninguna duda acerca de su carácter concertado y su intención manipuladora”.<sup>15</sup>

De hecho, fueron los mismos medios quienes llamaron “Ley Mordaza” a la iniciativa de ley de Comunicación Social propuesta por la Cámara de Diputados, y aseguraron que mediante esta reforma se pretendía cancelar las concesiones, entonces actuales, de radio y televisión. Pero la información que los medios difundían no era verdadera, puesto que la iniciativa se encontraba apenas en calidad de proyecto de dictamen. Así, se observó una reacción prematura de los medios, misma que difundieron de manera masiva aprovechando el poder y privilegios que la señal radioeléctrica les proporciona. “La distorsión de los hechos, la simplificación argumental, la repetición y amplificación concertada de la noticia, la explotación del temor y la descalificación del interlocutor —el senado— vía su caricaturización, se conjuntaron eficazmente para descarrilar en definitiva el esfuerzo legislativo”.<sup>16</sup>

De este modo, los medios de comunicación masiva, en especial el duopolio televisivo, ya conformado por Televisa y Tv Azteca, ésta última surgida a principios de los noventa y desarrollada con acelerado crecimiento, aunado a los principales medios impresos del país, ganaron una vez más la partida con respecto a la legislación de medios, argumentando derecho a la libertad de expresión.

Así, de cara al proceso electoral del 2000, los postulados en la reforma electoral de 1996, donde se facilitaba tiempo y espacio determinados a los partidos políticos en los medios de comunicación, en conjunto con el poder y la legitimidad que les proporcionó su último triunfo ante el legislativo nacional, resultaban en suma favorables para los concesionarios, por la audiencia e ingreso de recursos que ello significaba.

Con todo, tras la alternancia política y actuales circunstancias sociales y políticas, surge la necesidad de una nueva reforma electoral, misma que se propuso en 2006, aún durante la administración de Vicente Fox Quezada, y donde el por demás consolidado duopolio televisivo mexicano, presentó su inconformidad de manera inmediata, punto que se abordará en el siguiente apartado.

## 2. Propuesta de Reforma Electoral 2006-2007

La nueva reforma electoral de 2006 fue propuesta en aras de la búsqueda de una mayor competencia democrática, donde el voto ciudadano fungiera como verdadero representante de la elección popular. Además, esta iniciativa pretendía también fortalecer la autonomía del Instituto Federal Electoral así como al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Los principales planteamientos de dicha reforma fueron los siguientes:

- Reducción de tiempos de campaña y disminución de gastos en las mismas mediante la disminución de financiamiento público.
- Establecimiento de límites para el financiamiento privado a partidos políticos para la realización de las campañas.

<sup>15</sup> *Ibidem*, p. 67.

<sup>16</sup> *Ibidem*, p. 68.

- Ningún actor ajeno a los procesos electorales podrá incidir en las campañas y sus resultados a través de los medios masivos.
- Elevación al rango constitucional las regulaciones a las cuales debe encontrarse sujeta la propaganda gubernamental.
- El IFE será el único órgano facultado para la asignación de tiempos oficiales, así como el encargado de marcar las pautas de difusión de las campañas electorales.
- Ningún partido político podrá contratar propaganda de manera directa en cualquiera de los medios masivos de comunicación.
- Erosiona el poder de los medios de comunicación para influenciar los procesos electorales y para beneficiarse de los recursos que emplean los partidos en la promoción de sus candidatos.<sup>17</sup>
- Insertar esquemas que prohíban o limiten los *spots* como vía de la comunicación político-electoral.<sup>18</sup>
- Organizar la presentación de las plataformas de los partidos en horarios estelares donde los candidatos sostengan debates y que el IFE sea responsable de ello.
- Buscar una manera precisa de regulación en la libertad de expresión, con el fin de que cualquier ciudadano tenga acceso a un medio de comunicación y logre emitir su opinión sobre los asuntos políticos y electorales.

Con esta reforma electoral, misma que fue aprobada por la mayoría de los senadores, logró estimarse que en la elección intermedia de 2009 se podrían ahorrar cerca de 1,900 millones de pesos, y en la elección federal del 2012 se alcanzaría un ahorro de 1,335 millones de pesos. En total, 3,308 millones de pesos que podrían ser destinados a programas sociales.<sup>19</sup>

### Reacción de los medios

En materia de medios, éstos fueron los postulados que provocaron la inmediata reacción de los concesionarios de las dos televisoras más importantes del país.

En 2006, los principales comunicadores de ambas televisoras se dieron cita en las instalaciones del senado de la república, donde en un debate con respecto a la reforma electoral, expresaron su inconformidad ante ella. El argumento principal que sostenían circulaba alrededor del derecho a la libertad de expresión.

Ellos planteaban que con el IFE como regulador de todo *spot* circulante en televisión, se coartaba el derecho a la libre expresión de periodistas, comunicadores y demás personalidades que contaban con acceso a un micrófono y una cámara. Además, sostenían que como medios masivos de comunicación, tenían la responsabilidad de difundir la información a todos los hogares de México, con la responsabilidad y compromiso que se requieren.

La manifestación de la inconformidad fue tal que desde el anuncio de la reforma los comunicadores alzaron la voz señalando su desacuerdo y apuntando a la iniciativa como una violación a sus derechos. Y así continuaron acotándolo en noticiarios y otros programas de televisión;

---

17 González Bárbara, "La nueva reforma electoral", *Perspectiva*, México, núm. 15, 2007.

18 Comisión Nacional de Vertebración Social, Tópicos sobre reforma electoral, [www.coparmex.org.mx](http://www.coparmex.org.mx)

19 Puntos sobresalientes del dictamen de reforma electoral, en, *Reforma Constitucional Electoral*, Oficina del Senador Humberto Andrade Quezada, <http://www.humbertoandrade.org.mx>



desde los matutinos dedicados al *target* conformado por amas de casa, hasta aquellos de debate que proceden a los noticiarios nocturnos donde los periodistas y analistas políticos más destacados de cada televisora, debaten acerca de la situación social actual del país.

Así, personalidades como Patricia Chapoy, Sergio Sarmiento y Pedro Ferris, por mencionar algunos, hicieron uso de su espacio mediático para manifestar su oposición a la reforma. Joaquín López-Dóriga y Javier Alatorre, hicieron lo propio.

Sergio Sarmiento, por ejemplo, periodista y comunicador de Tv Azteca, principalmente, apuntó que, sin representar a ninguna empresa ni cámara, se manifestaba en el senado para defender su postura ante la reforma electoral y aseguró “los medios independientes, los medios privados, son más libres y más abiertos que los tiempos del gobierno... los periodistas de los medios somos subproductos, lo reconozco, soy un subproducto y me siento orgulloso de serlo... No tengo que citar a Einstein para recordarles que el tiempo es relativo y al reacomodarlo, el daño que le causan al subproducto es muy importante”.<sup>20</sup> Además, sostuvo que no fueron los medios quienes iniciaron los insultos y las discusiones entre los políticos “no fuimos nosotros quienes inventamos las chachalacas”, apuntó y afirmó que es su responsabilidad como medios de comunicación la transmisión de los sucesos en la arena política.

Por su parte, a propósito del postulado de la reforma que indica la prohibición para los partidos políticos de contratar tiempo en radio y televisión para la difusión de mensajes que puedan descalificar a otras ponencias políticas o bien, influir en la decisión del electorado, Joaquín López Dóriga, comunicador de Televisa y titular del noticiario estelar de dicha empresa, declaró: “de aprobarse dicha propuesta equivaldría a violar la Constitución, lo que me parece gravísimo y un precedente, ya constitucional, de lo que ha sido una tentación permanente de cualquier expresión del poder, que es, la censura... Mi llamado es a que la libertad de expresión no sea víctima de modificaciones legales”.<sup>21</sup>

Digno de mencionar es el caso de Patricia Chapoy, jefa de información de espectáculos en Tv Azteca y titular de un programa con el mismo contenido en dicha televisora, quien de manera concisa señaló: “Me aterra decir —en su programa *Ventaneando*— que el gobernador del Estado de México —Enrique Peña Nieto— es un hombre guapo, o que cualquier otro político es un farsante... Mi pregunta es ¿Este tipo de comentarios que se dan en el medio donde yo trabajo nos van a hacer que seamos criminales?...Tengo una preocupación tremenda en relación a la libertad de expresión que todos los que estamos aquí la hemos construido solitos, trabajando cada quien desde su tribuna”.<sup>22</sup>

El asunto de la reforma electoral 2006 estuvo en los principales diarios de circulación nacional por semanas; revistas, programas de radio e *internet*, mantuvieron a la reforma como el tema medular de su agenda de información. Mientras tanto, la reforma se encontraba a disposición del poder legislativo para ser evaluada, y comunicar su decisión tras un riguroso análisis que debía involucrar, por supuesto, la contemplación de las necesidades sociales con respecto a la regulación de medios.

20 Palabras emitidas por Sergio Sarmiento durante el debate realizado en el senado en septiembre de 2006 con respecto a la iniciativa de reforma electoral, <http://www.youtube.com>

21 Palabras emitidas por Joaquín López-Dóriga en el debate anteriormente citado. <http://www.youtube.com>

22 Palabras emitidas por Patricia Chapoy en el debate anteriormente citado. <http://www.youtube.com>

Finalmente, la reforma electoral de 2006 fue aprobada el 12 de septiembre del mismo año, por el poder legislativo, apuntando al IFE como regulador de los espacios televisivos para cada partido político, y sobre todo, haciendo énfasis en la prohibición de mercadeo electoral de las instituciones partidistas con los concesionarios del duopolio televisivo y la solicitud de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión para que se realice un referéndum antes de la aprobación de la minuta, fue rechazada.<sup>23</sup>

En el 7º encuentro de consejeros electorales del IFE, donde hubo una mesa especializada en *El nuevo papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México*, se llegó a la conclusión de que la reforma electoral del 2006 había traído aspectos tanto positivos como negativos. Entre los positivos, destacan:

- Contendias equitativas para los participantes de los procesos electorales, así como sensibilidad y conciencia ante los enormes gastos que implica la contratación de publicidad.
- Definición de la propaganda electoral como encargada de difundir los perfiles éticos y profesionales de los contendientes, sin caer en ofensas ni actitudes denigrantes para con sus adversarios.
- Disminución del tiempo de campañas electorales y con ello, ahorro en el gasto de publicidad electoral.

Los aspectos negativos:

- Complicación en la ejecución de la estrategia de comunicación, puesto que debe ser revisada y autorizada por el IFE.
- Autonomía vulnerada de los organismos electorales locales.
- Falta de establecimiento de normas reguladoras de los derechos de los partidos estatales respecto al goce de sus prerrogativas en medios de comunicación.

Con todo, los concesionarios de los medios acataron la reforma electoral del 2006 debido a que se trató de una disposición oficial, y no debe olvidarse que tanto Televisa como Tv Azteca aún deben responder y acatar toda iniciativa de ley que compete a medios de comunicación, puesto que se trata de un bien nacional de cual ellos están haciendo uso.

### III. Conclusión

Si consideramos las cifras emitidas por el IFE –anteriormente mencionadas–, del gasto que implica la contratación particular de los medios electrónicos por parte de los partidos políticos para propaganda electoral, el argumento de la lucha por la libertad de expresión queda en segundo plano a la vista de la opinión pública.

Durante las campañas electorales del 2006, la propaganda invadió los televisores mexicanos a lo largo de las jornadas y específicamente en la transmisión de programas en horarios estelares. A propósito, es notorio que una mayor inversión de recursos en televisión por parte de

---

23 Zárate, Arturo, "Aprueban reforma electoral", *El Universal*, en línea, <http://www.elUniversal.com.mx>

una organización política, favorece a un candidato y desdén al otro, puesto que los *spots* con aparición frecuente, tienden persuadir al ciudadano con respecto a su elección.

Sin embargo, la prohibición de dichos *spots* en los medios masivos de información,<sup>24</sup> significan un ahorro al erario que perjudica de manera directa y sustancial a los proveedores de medios electrónicos, en este caso, a los concesionarios del duopolio Televisivo: Emilio Azcárraga Jean, dueño de Grupo Televisa, y Ricardo Salinas Pliego, dueño de Tv Azteca.

Pero no debemos dejar de lado el hecho de que esta reducción en la transmisión de *spots*, también afecta a aquellas instancias políticas con el suficiente poder económico como para contratar los servicios del duopolio televisivo, ya que significa un campo menos donde difundir sus tesis centrales y alcanzar la persuasión del electorado.

En este sentido, en el marco de la reforma electoral, el argumento de los legisladores giró en torno a la libertad de expresión; es un derecho que debe presentarse equitativo para cualquier ciudadano y no sólo para aquellas personas morales o físicas que cuenten con mayores recursos económicos para hacerlo, en este caso, pagar por el servicio a las dos televisoras.

Desde el punto de vista jurídico, las televisoras están explotando un bien nacional y por ello, entre otros aspectos, deben vigilar la transmisión de contenidos así como la objetividad y veracidad en la publicación de la información con respecto al acontecer diario. Sin embargo, para nadie es un secreto la manipulación que ejercen los dueños de las televisoras sobre la concesión que se les ha proporcionado, donde los espacios televisivos han sido prostituidos, es decir, vendidos al mejor postor.

Es por ello que una reforma electoral que involucra cambios en materia de medios masivos de información, resulta por demás alarmante para dichos concesionarios, ya que significa pérdidas millonarias, porque además, los partidos políticos son clientes, consentidos y frecuentes del duopolio televisivo.

De este modo, no fue un asunto fortuito que Joaquín López-Dóriga se haya presentado en el debate del senado entre comunicadores y legisladores, para defender los intereses del consorcio al que representa, maquillado, claro, con el argumento —válido y muy *ad hoc* por ser un periodista famoso— de la libertad de expresión.

Esta observación aplica también para Sergio Sarmiento, quien, como él mismo sostiene, consciente de ser un subproducto de la televisora que lo ha empleado, aboga por el respeto de los tiempos televisivos, ya que el costo de ellos difiere según el horario de transmisión, y así, como representante de su televisora, se siente directamente afectado por la suspensión en la contratación privada para propaganda electoral; y claro, para Patricia Chapoy, quien con sus no muy vastos recursos discursivos, manifiesta su preocupación por no poder decirle guapo a Enrique Peña Nieto en su *profundo* programa de espectáculos.

Más allá de a quienes favorece la reforma electoral de 2006, es claro que para los medios de información masiva, y en especial, para los dueños del duopolio televisivo, resulta perjudicial. Tuvieron una reacción inmediata y de inconformidad, más que por el hecho de la coerción de

24 Es común que a los medios de difusión masiva se les llame "medios de comunicación". Yo difiero de tal concepción debido a que en la transmisión de programas televisivos no existe un diálogo, es, por otro lado, una mera emisión de información carente de retroalimentación. Sin embargo, en función de citas textuales, he respetado el término, puesto que en las fuentes que he consultado se maneja de tal manera. Véase Fernández Christlieb, Ma. De Fátima, et. al., *Libro de Texto Universitario*, UNAM, México, 1984, pp. 201-209.

su libertad de expresión, por el freno a la copiosa suma monetaria que aparecía en sus cuentas bancarias tras cada *spot* electoral.

Era evidente que Salinas Pliego y Azcárraga Jean y no saldrían ante sus propias cámaras y dirían que por razones económicas estaban en desacuerdo con la reforma, pero sí podían mandar a sus más famosos comunicadores como representantes de los intereses de cada empresa, navegando con la bandera de la libertad de expresión y, aprovechando su coincidencia en el debate, con el valor de la unión ante la adversidad.

Con la reforma electoral de 2006 queda claro que el Estado mantiene todavía capacidad para tomar una decisión política de tal magnitud; no obstante, queda más claro aún, que el poder fáctico conformado por el duopolio televisivo, puede, en cualquier momento –y lo vimos con el reciente asunto de la transmisión en serie de los *spots* del IFE– participar en el cambio del rumbo de las decisiones políticas, haciendo caso omiso de sus condiciones legales, resaltando su consolidación legítima como poder fáctico, y, en especial, diciendo “presente” cuando de aparatos controladores del sistema se trata.

## Fuentes

- Sirvent, Carlos, *Partidos políticos y procesos electorales en México*, Porrúa México, 2002, 286 pp.
- Méndez de Hoyos, Irma, “Las reformas electorales en México y el surgimiento y transformación del Instituto Federal Electoral”, *Iniciativa*, México, Instituto de Estudios Legislativos, núm. 13, <http://www.cddiputados.gob.mx>
- Gutiérrez, Roberto, *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*, Pomares, Barcelona, 2005, 239 pp.
- Stein, José Luis F., *Democracia y medios de comunicación*, Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM, México, 2005, 410 pp.
- Comisión Nacional de Vertebración Social, Tópicos sobre reforma electoral. [www.coparmex.org.mx](http://www.coparmex.org.mx)
- “Puntos sobresalientes del dictamen de reforma electoral”, *Reforma Constitucional Electoral*, México, Oficina del Senador Humberto Andrade Quezada, <http://www.humbertoandrade.org.mx>
- González, Bárbara, “La nueva reforma electoral”, *Revista Perspectiva*, México, núm. 15, 2007.
- Debate en el senado por reforma electoral 2006, <http://www.youtube.com>
- Zárate, Arturo, “Aprueban reforma electoral”, *El Universal*, en línea, <http://www.elUniversal.com.mx>
- “Reglas de acceso al tiempo oficial”, en *Administración del tiempo del Estado en radio y televisión para fines electorales*, documento de difusión con fines informativos, p. 19, [www.ife.org.mx](http://www.ife.org.mx)
- Análisis comparativo de la Reforma Electoral Constitucional y Legal 2007-2008*, documento de difusión con fines informativos, 177 pp., [www.ife.org.mx](http://www.ife.org.mx)