

Principales aspectos del modelo de comunicación política en México

Dr. José Antonio Pérez Parra



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

¿Qué es el Modelo de Comunicación Política?

El modelo de comunicación política electoral en México se refiere al conjunto de normas y prácticas que regulan cómo los partidos políticos y candidatos pueden comunicarse con el electorado durante los periodos electorales.

Este modelo busca garantizar la equidad en la competencia política y la legitimidad de los procesos electorales.

Uno de los aspectos clave de este modelo es que el Estado mexicano, a través del Instituto Nacional Electoral (INE), administra los tiempos en radio y televisión durante las campañas electorales.

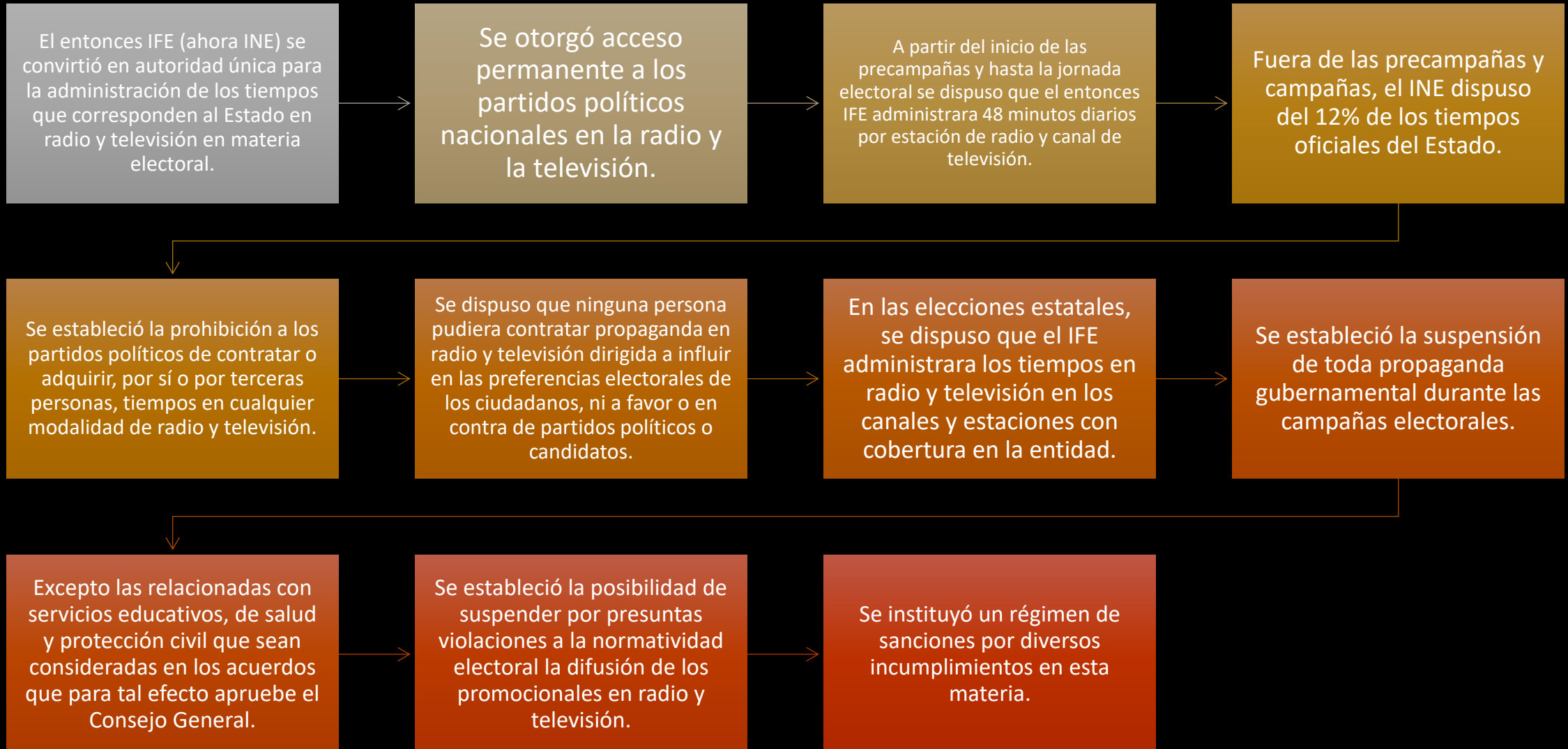
Esto significa que los partidos y candidatos no pueden comprar tiempo en estos medios, sino que reciben espacios gratuitos y equitativos para difundir su propaganda. Además, se prohíbe la transmisión de propaganda gubernamental que pueda influir en las preferencias electorales.

Algunas causas que motivaron la gestación del modelo de comunicación política actual

Tuvo como finalidad garantizar el acceso gratuito y equitativo de los partidos políticos a la radio y la televisión, y evitar que el dinero fuera un factor determinante para difundir sus mensajes publicitarios a través de los medios electrónicos de comunicación.

- Excesivo monto del financiamiento público otorgado a los partidos.
- Prolongada duración de las campañas electorales.
- Carencia de regulación de las precampañas.
- Elevado costo de los procesos electorales.
- Acceso indiscriminado a la contratación de propaganda política en radio y televisión.
- Inexistencia de normas para regular la propaganda institucional.
- Carencia de mecanismos de fiscalización eficaces.
- Parcialidad institucional y proselitismo desde el poder.
- Excesiva difusión de propaganda gubernamental de todos los niveles de gobierno.
- Contratación de propaganda política por parte de agrupaciones sociales y organismos empresariales.
- Intenso despliegue de propaganda negativa a través de spots televisivos.

Reforma de 2008



Reforma de 2014



Reforma de 2014

Principales cambios en materia de radio y televisión:

01

Modificó la distribución de tiempos de radio y televisión en las etapas de precampaña e intercampaigna.

02

Eliminó los programas mensuales de cinco minutos.

03

Previó el acceso a prerrogativas para las campañas electorales de las candidaturas independientes.

04

Vinculó temas de telecomunicaciones y radiodifusión en el tratamiento de sistemas de televisión restringida y multiprogramación.

05

Rediseñó el Procedimiento Especial Sancionador para que el INE sustancie, y la Sala Regional Especializada sea quien resuelva.

Objeto del Modelo de Comunicación Política



Las metas del MCP buscan garantizar la equidad durante los procesos electorales y la certeza con respecto al mecanismo que lo sustenta.



La equidad y la certeza son básicas para la toma de decisiones en la materia de la autoridad electoral responsable.

Instrumentos normativos vigentes

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), desarrolla las disposiciones generales que rigen la administración de los tiempos oficiales del Estado (artículo 41, Base III).

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE), desarrolla las atribuciones específicas de los órganos competentes del Instituto en la materia y cómo debe garantizarse el acceso a radio y televisión de los actores políticos.

Ley General de Partidos Políticos (LGPP), reconoce el acceso a la radio y la televisión como parte de las prerrogativas de los partidos políticos y autoridades electorales.

Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (RRTME), establece las normas conforme a las que se instrumentará la administración de los tiempos del Estado conforme a la Constitución y a la LGIPE.

Acuerdos administrativos que en casos particulares emiten los órganos competentes del INE para garantizar el acceso a radio y televisión por parte de los actores políticos y autoridades electorales.

Órganos competentes

Consejo General

- Vigilar de manera permanente que el INE ejerza sus facultades como autoridad única en la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión.
- Asignar trimestralmente el tiempo en radio y televisión de las autoridades electorales.
- Aprobar criterios de asignación de tiempos en radio y televisión para las autoridades durante los procesos electorales locales.
- Establecer criterios generales en materia de radio y televisión.

Junta General Ejecutiva

- Aprobar las pautas para la asignación del tiempo que corresponda al Instituto, así como a las demás autoridades electorales en radio y televisión.

Comité de Radio y Televisión

- Aprobar las pautas de transmisión correspondientes a los promocionales de los partidos políticos.

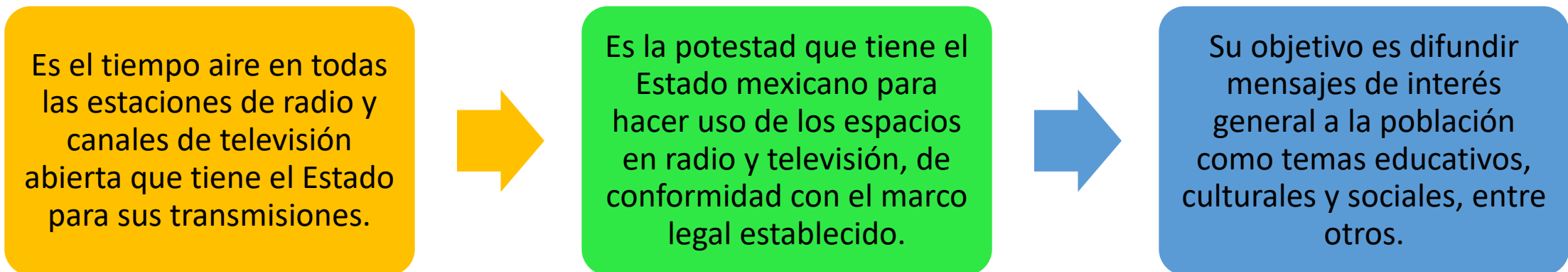
Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos

- Establecer los mecanismos necesarios para entregar o poner a disposición de los concesionarios de radio y televisión los materiales y órdenes de transmisión.
- Elaborar y presentar las pautas para la asignación del tiempo que corresponde en radio y televisión.
- Requerir a los concesionarios en caso de presuntos incumplimientos.

Comisión de Quejas y Denuncias

- Cuando sea procedente, ordenar medidas cautelares para suspender la difusión de mensajes en radio y televisión.

Tiempos oficiales en radio y televisión



Composición

Los tiempos oficiales se dividen en:

Tiempos de Estado

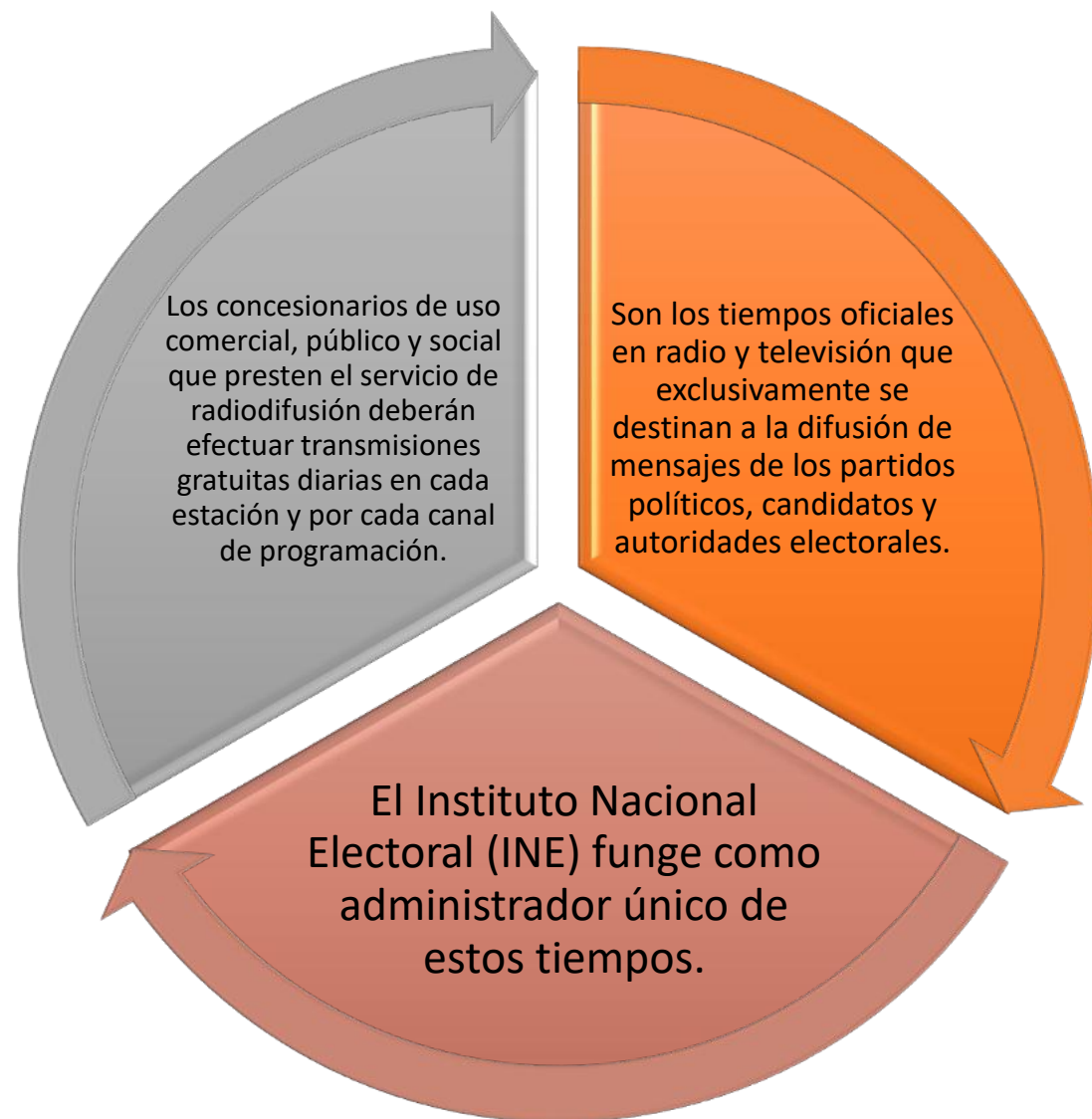
Las transmisiones gratuitas diarias que los concesionarios de uso comercial, público y social están obligados a dar al Estado.

Tiempos fiscales

Los tiempos al aire en radio y televisión que recibe el Estado como pago en especie de un impuesto sobre servicios expresamente declarados de interés público por Ley, por parte de los concesionarios de uso comercial.

El Poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Gobernación, administra los tiempos oficiales en radio y televisión.

Tiempos oficiales con fines electorales



OBLIGACIONES DE LOS CONCESIONARIOS:

- No alterar las pautas.
- Transmitir los promocionales que le sean notificados en cada estación de radio y canal televisión, sin exclusión.
- No comercializar el tiempo no asignado por el INE.
- No transmitir propaganda política o electoral, distinta a la ordenada por el INE.
- Los concesionarios y permisionarios son sujetos de responsabilidad por infracciones a la Ley electoral.

Tiempos oficiales con fines electorales

Tiempos oficiales	Concesionarios de uso comercial		Concesionarios públicos y sociales
	Emisoras de radio	Emisoras de televisión	
Fuera de los procesos electorales y hasta antes de las precampañas electorales (12% del tiempo disponible*)	7 minutos 48 segundos *65 minutos disponibles	5 minutos 45 segundos *48 minutos disponibles	3 minutos 36 segundos *30 minutos disponibles
En procesos electorales, desde el inicio de las precampañas y hasta la jornada comicial	48 minutos	48 minutos	48 minutos

Los concesionarios públicos y sociales no otorgan tiempos fiscales; sin embargo, para fines electorales, además de los 30 minutos a los que originalmente están obligados, otorgan hasta 18 minutos diarios adicionales desde el inicio de las precampañas y hasta la jornada comicial.

Televisión restringida



Concesionarios de televisión restringida terrenal: Aquellos cuya transmisión de señales y su recepción por parte de los suscriptores y usuarios se realiza a través de redes cableadas o de antenas terrenales.
Concesión para prestar el servicio de telecomunicaciones de audio y video asociados a suscriptores, a través de redes públicas de telecomunicaciones, mediante contrato y el pago periódico de una cantidad preestablecida.
Concesionarios de televisión restringida vía satélite: Aquellos cuya transmisión de señales y su recepción por parte de los suscriptores y usuarios se realiza utilizando uno o más satélites.
Los concesionarios que presten servicios de televisión restringida están obligados a retransmitir la señal de televisión radiodifundida, de manera gratuita y no discriminatoria, dentro de la misma zona de cobertura geográfica.

Los concesionarios de televisión restringida vía satélite, sólo deben **retransmitir obligatoriamente las señales radiodifundidas de cobertura del 50% o más del territorio nacional.**



Todos los concesionarios de televisión restringida deberán retransmitir las señales radiodifundidas por instituciones públicas federales.



Por lo anterior el INE realiza el monitoreo de la televisión restringida.

Televisión restringida

OBLIGACIÓN DE CONCESIONARIOS:

Respetar la distribución de tiempos transmitidos en televisión abierta, que retransmitan dentro de la concesión de televisión restringida, incluidas las señales radiodifundidas derivadas de la multiprogramación.

Suprimir los mensajes de propaganda gubernamental que, durante los periodos de campaña, tanto federales como locales, se hagan en las señales radiodifundidas que retransmitan.

Proporcionar los servicios para que se realice el monitoreo de las señales radiodifundidas que por ley estén obligadas a transmitir en los términos que establezca el convenio de colaboración que celebren con el INE.

Será responsable de la operación técnica del canal, pero no del contenido que le sea entregado por programadores/as o productores/as independientes que serán responsables de este.

Catálogo nacional de estaciones de radio y canales de televisión

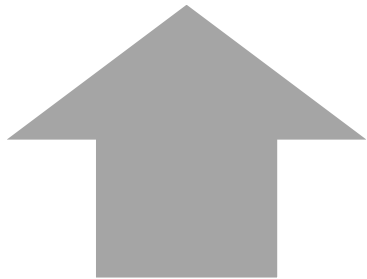
Está conformado por el listado de estaciones de radio y canales de televisión que estarán obligadas a difundir la propaganda electoral, así como las que se encuentren obligadas a suspender su difusión.



Su objetivo es garantizar el derecho al uso de los medios de comunicación en radio y televisión de los partidos políticos, coaliciones, autoridades electorales, así como de los candidatos/as independientes.

El Catálogo Nacional de emisoras está compuesto por **3,716 emisoras**, de las cuales, 2,314 corresponden a radio con 1,458 concesionarios comerciales y 856 públicos y sociales, así como 1,402 canales de televisión con 938 concesionarios comerciales y 464 públicos y sociales, distribuidos en la totalidad de los estados.

Existen 15 emisoras que transmiten en idiomas distintos al español y 30 que transmiten en lenguas indígenas nacionales



Para periodo ordinario: Es un catálogo nacional conformado por las estaciones de radio y canales de televisión de todo el país que deben transmitir los mensajes de los partidos políticos y autoridades electorales.



Para procesos electorales: Estará conformado por el listado de emisoras de radio y televisión que domiciliadas en la entidad federativa de que se trate, se encuentran obligadas a transmitir los promocionales de partidos políticos, candidatos/as independientes y autoridades electorales que participarán en el proceso electoral de que se trate.

Sin estar domiciliadas en la entidad con proceso electoral local sean vistas y escuchadas y, por tanto, obligadas a suspender la transmisión de propaganda gubernamental durante el periodo de campañas.

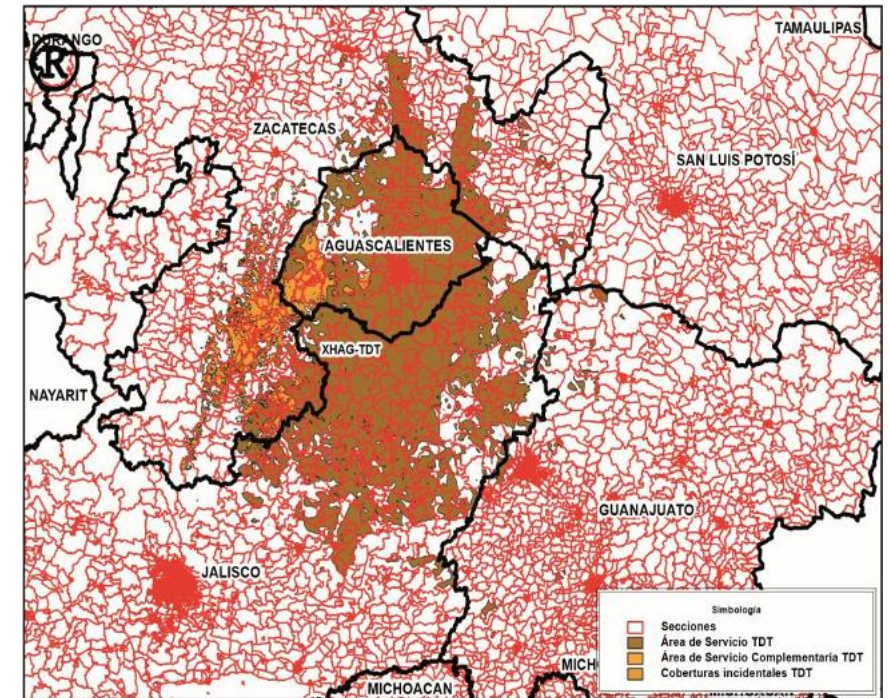
Mapas de cobertura

Instrumento técnico, legal, idóneo y pertinente que determina las áreas geográficas donde las señales de las estaciones de radio y canales de televisión radiodifundidas son escuchadas o vistas, así como su alcance efectivo. Constituye la base para la elaboración de los catálogos que aprueba el INE.

El IFT es la autoridad competente para elaborarlos. La DEPPP los complementa con la información proporcionada por la DERFE y el INEGI.

EL CRT declara la actualización y vigencia de la información relativa al marco geográfico electoral y a la cobertura de todas las estaciones de radio y canales de televisión.

Los insumos para la elaboración de los mapas de cobertura provienen del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).



Se ponen a disposición para su consulta a través del Portal INE y su contenido será de carácter público.

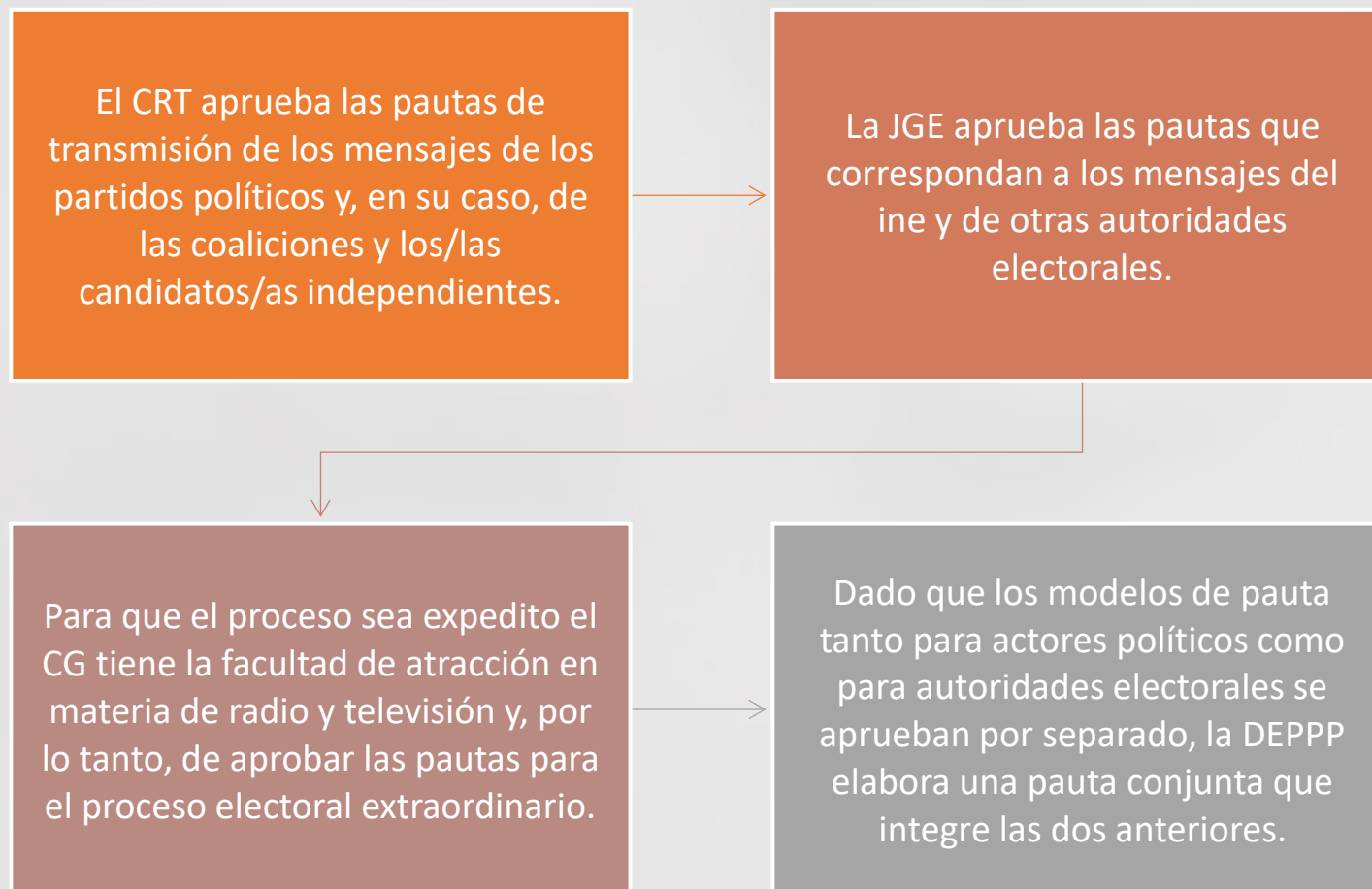
Elaboración y aprobación de pautas

La pauta es el documento técnico en el que se distribuye el tiempo, convertido a número de mensajes, que le corresponde a los actores políticos y autoridades electorales en un periodo determinado, y precisa la estación de radio o canal de televisión, la hora o rango en que debe transmitirse cada mensaje, así como el actor político o autoridad electoral al que corresponde.

Tipos de Pautas:

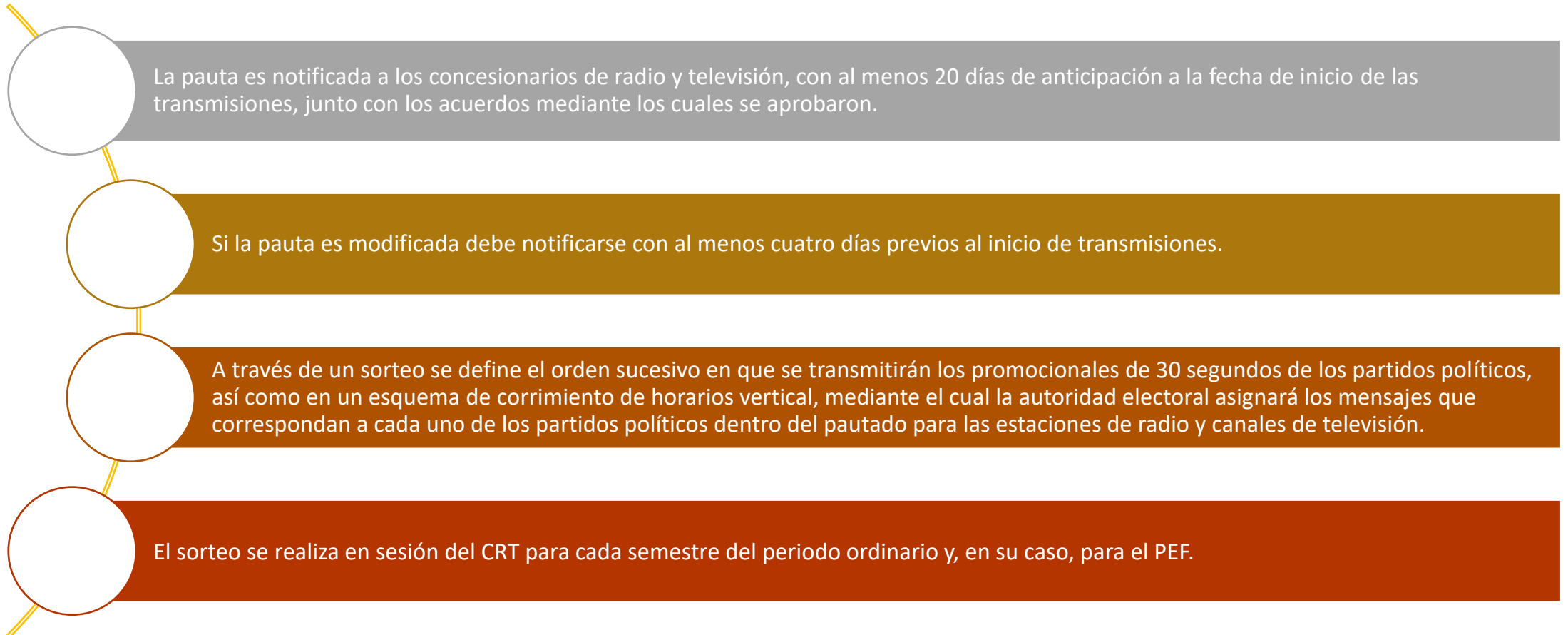
- De periodo ordinario
- De procesos electorales federales
- De procesos electorales locales
- De procesos electorales extraordinarios locales o federales
- De reposición

Elaboración y aprobación de pautas





Elaboración y aprobación de pautas



Horario de transmisión

El horario de transmisión de los promocionales es el comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas.

Los promocionales se transmiten durante la hora que se establezca en la pauta distribuidos en tres franjas horarias:

La franja matutina, que comprende de las 06:00 a las 12:00 horas

La franja vespertina, de las 12:00 a las 18:00 horas

La franja nocturna, de las 18:00 a las 24:00 horas

En los horarios comprendidos entre las 6:00 y las 12:00 horas y entre las 18:00 y las 24:00 horas se utilizarán tres minutos por cada hora.

En el horario comprendido después de las 12:00 y hasta antes de las 18:00 horas se utilizarán dos minutos por cada hora.

Ejemplo de pauta

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

PAUTA DE LOS TIEMPOS DEL ESTADO CORRESPONDIENTES A PARTIDOS POLÍTICOS Y AUTORIDADES ELECTORALES

RADIO

PERIODO:	DEL 1 DE ENERO AL 30 DE JUNIO DE 2017
EMISORA:	XHHD-FM
FRECUENCIA:	100.5 Mhz.
CONCESIONARIO	
PÚBLICO:	UNIVERSIDAD JUÁREZ DEL ESTADO DE DURANGO
ENTIDAD:	DURANGO

PAN	1	PNA	6
PT	2	PRI	7
PVEM	3	MORENA	8
ES	4	PRD	9
MC	5	PD	10

INE	INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
IEPCD	INSTITUTO ELECTORAL Y DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE DURANGO
TEED	TRIBUNAL ELECTORAL DEL ESTADO DE DURANGO

HORARIO	ENERO															
	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun	mar	mié	jue	vie	sáb	dom	lun
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16
	PAN	INE	PRD	INE	PRI	INE	MC	INE	PVEM	INE	PAN	INE	PRD	INE	PRI	INE
	07:00:00 a 07:59:59															
	IEPCD	PD	INE	MORENA	INE	PNA	IEPCD	ES	INE	PT	INE	PD	IEPCD	MORENA	INE	PNA
	08:00:00 a 08:59:59															
	PT	TEED	PD	INE	MORENA	INE	PNA	TEED	ES	INE	PT	INE	PD	TEED	MORENA	INE
	09:00:00 a 09:59:59															

Duración de los promocionales



EN PROCESOS ELECTORALES LAS UNIDADES SON: 30 SEGUNDOS, UNO Y DOS MINUTOS, SIN FRACCIONES, PERO SERÁ EL CRT QUIEN DETERMINARÁ LA DURACIÓN ESPECÍFICA, Y TODOS SE SUJETARÁN A UNA MISMA UNIDAD DE MEDIDA.



EN PERIODOS ORDINARIOS LA DURACIÓN DE LOS MENSAJES SERÁ DE 30 SEGUNDOS.



PARA LAS AUTORIDADES ELECTORALES, TANTO EN PERIODO ORDINARIO COMO EN PROCESO ELECTORAL, LA JGE APROBARÁ LA DURACIÓN DE LOS PROMOCIONALES LA CUAL PODRÁ SER DE 20 O 30 SEGUNDOS, EN EL ENTENDIDO DE QUE TODOS LOS PROMOCIONALES SE AJUSTARÁN A UNA SOLA UNIDAD DE MEDIDA.

Promocionales

En ejercicio de su libertad de expresión los partidos políticos y candidaturas independientes determinarán el contenido de los promocionales que les correspondan, por lo que:

No podrán estar sujetos a censura previa por parte del Instituto ni de autoridad alguna. El INE sólo lleva a cabo una dictaminación técnica de los materiales.

En la propaganda política o electoral que realicen los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas.

Las candidaturas independientes y partidos políticos en el ejercicio de sus prerrogativas, así como los precandidatos/as, candidatos/as y militantes serán sujetos a las ulteriores responsabilidades que deriven de las diversas disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias respectivas.

Podrán entregar al INE por lo menos un material de reserva al momento de hacer la primera entrega de materiales para su difusión.

En caso de que los partidos políticos, autoridades electorales o candidaturas independientes no hubieren entregado material genérico o de reserva y no se estén transmitiendo versiones previas, el espacio de la pauta se asignará al Instituto.



Promocionales

Los gastos de producción de los mensajes para radio y televisión de los partidos políticos serán sufragados con sus propios recursos.

Los concesionarios de radio y televisión no podrán alterar las pautas ni exigir requisitos técnicos adicionales a los aprobados por el CRT; la violación a esta disposición será sancionada en los términos establecidos en la LGIPE.

La entrega y recepción de materiales se realiza únicamente vía electrónica y satelital.

En el caso de los materiales de televisión deberán ser subtitulados en español con la finalidad de que el contenido del material pueda ser conocido por la ciudadanía.

Los actores políticos y las autoridades electorales que requieran la transmisión de sus materiales en un idioma distinto al español en una emisora que cuente con la autorización correspondiente o en una estación que transmita en lenguas indígenas, se harán cargo de la traducción de los mensajes a difundir.

Ciclo de un promocional



Si con motivo del dictado de medidas cautelares se ordena la sustitución de materiales, la autoridad electoral notificará vía electrónica en la cuenta de correo electrónico oficial habilitada al partido político para que indique el material correspondiente, en términos del RRTME.



En caso de que el partido político no indique el material sustituto, se tomará uno de los materiales genéricos de acuerdo con la modalidad y tiempo del material objeto de sustitución.

Promocionales

portal-pautas.ine.mx/#/promocionales_federales/precampaña

Semanario Judicial... Sistema de Legisc... Buscador de Senten... Font2u.com Página principal de... Gmail YouTube Maps Casas de la Cultura... Intranet - Tribunal E... Escuelas Judicial E...

PortalRT | Portal de Promocionales de Radio y Televisión

Comité de radio y televisión

Promocionales Federales Promocionales Locales por Entidad Histórico Buscar Folio

Promocionales Federales

Consulta el **material histórico** del periodo Ordinario, los procesos electorales federales y locales del **2009 al 2019**

Precampaña Ordinario Reposición

PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2023-2024

20/11/2023 - 18/01/2024

Le vigencia de los materiales se especifica en las órdenes de transmisión notificadas a los medios de comunicación

Material sujeto a medida cautelar

Promocionales de 30 segundos

Fecha de actualización: 18/11/2023

Televisión

Partidos Políticos					
Actor Político	Versión	Folio	Descargar	Descargar Traducción	Visualizar
	PARA CAMBIR EL RUMBO MIX	RV00775-23		--	
	PRE REP FED HISTORIA XG V1	RV00859-23		--	
	PRE REP FED HISTORIA XG V2	RV00860-23		--	
	PRE REP FED HISTORIA XG V3	RV00861-23		--	
	DAMOS RESULTADOS V1	RV00737-23		--	
	DAMOS RESULTADOS V2	RV00738-23		--	
	PONERLE EL CORAZÓN	RV00845-23		--	
	PONERLE EL CORAZÓN V2	RV00866-23		--	

Tesis LXXI/2015 MEDIDAS CAUTELARES. LA AUTORIDAD DEBE PRONUNCIARSE SOBRE SU ADOPCIÓN RESPECTO DE PROMOCIONALES PAUTADOS AUN CUANDO LA DENUNCIA SE PRESENTE ANTES DE SU DIFUSIÓN.



La autoridad se encuentra obligada a decidir acerca de la procedencia de las medidas cautelares, independientemente de que al momento de la presentación de la queja no se hubiesen transmitido dichos promocionales, siempre y cuando existan en el expediente elementos suficientes para obtener certeza acerca de la existencia y contenido de los referidos promocionales.

Órdenes de transmisión

Instrumento complementario a la pauta elaborada por la deppp con las instrucciones de los actores políticos y autoridades electorales en el que se determina la versión de los promocionales que corresponde a los espacios asignados en la pauta.



Una vez que los actores políticos y autoridades electorales conocen los espacios que les son asignados en la pauta pueden diseñar sus estrategias de comunicación de manera precisa, es decir, señalar qué promocional desean que sea transmitido y en qué emisora.



Con ello, los mensajes destinados a las distintas campañas electorales pueden llegar de manera directa al electorado que efectivamente votará en esa elección.

Órdenes de transmisión

Hacer corresponder los materiales específicos a cada espacio dentro de la pauta de transmisión.



Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos
Dirección de Pautado, Producción y Distribución
Sistema de Pautas, Control y Seguimiento de Materiales Versión 4.0

Última versión de la orden de transmisión

Periodo: COAHUILA (01/01/16 - 30/06/16)
Periodo de la versión:F 04/03/2016 - 10/03/2016
Medio origen: (COAH) XHRG-FM

Versión:
recuencia:

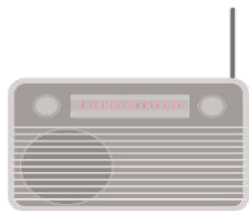
Fecha	No. Spot diariBH	ora de Transmisión	Actor político	No. Registro del materià	Identificación de la versión
03/20161		07:00:00 - 07:59:59	PI	RA00083-16	UN PUENTE CON LA GENTE
03/20162		08:00:00 - 08:59:59	INE	RA00119-16	AEROPUERTO B (FAMILIARES Y AMIGOS)
03/20163		09:00:00 - 09:59:59	PRC	RA00689-14	QUIENES SOMOS
03/20164		10:00:00 - 10:59:59	IEC	RA03658-15	CONSTRUYENDO IEC
03/20165		11:00:00 - 11:59:59	PCP		
03/20166		12:00:00 - 12:59:59	INE	RA00016-16	SUELO
03/20167		13:00:00 - 13:59:59	PRD	RA00051-16	NO ME ALCANZA
03/20168		14:00:00 - 14:59:59	IEC	RA03658-15	CONSTRUYENDO IEC
03/20169		15:00:00 - 15:59:59	ES	RA03785-15	MAMÁ PAPÁ
03/20161	0	16:00:00 - 16:59:59	INE	RA03520-15	AVISO SIN ELECCIONES
03/20161	1	17:00:00 - 17:59:59	PAN	RA00009-16	CAMINANDOMÉXICO
03/20161	2	18:00:00 - 18:59:59	INE	RA00119-16	AEROPUERTO B (FAMILIARES Y AMIGOS)
03/20161	3	19:00:00 - 19:59:59	PRI	RA03362-15	PRI COAHUILA RUMBO CLARO RADIO
03/20161	4	20:00:00 - 20:59:59	INE	RA00016-16	SUELO
03/20161	5	21:00:00 - 21:59:59	INE	RA03520-15	AVISO SIN ELECCIONES
03/20161		07:00:00 - 07:59:59	INE	RA00119-16	AEROPUERTO B (FAMILIARES Y AMIGOS)
03/20162		08:00:00 - 08:59:59	PPCR	A00694-14	GENÉRICO INSTITUCIONAL
03/20163		09:00:00 - 09:59:59	INE	RA00016-16	SUELO
03/20164		10:00:00 - 10:59:59	PI	RA00083-16	UN PUENTE CON LA GENTE
03/20165		11:00:00 - 11:59:59	INE	RA03520-15	AVISO SIN ELECCIONES
03/20166		12:00:00 - 12:59:59	PRC	RA00689-14	QUIENES SOMOS
03/20167		13:00:00 - 13:59:59	INE	RA00119-16	AEROPUERTO B (FAMILIARES Y AMIGOS)
03/20168		14:00:00 - 14:59:59	PCP		
03/20169		15:00:00 - 15:59:59	SEADDEC	RA01254-14	SPOT 3 (GENÉRICO)
03/20161	0	16:00:00 - 16:59:59	PRD	RA00051-16	NO ME ALCANZA

Distribución en periodo ordinario

Periodo ordinario

Inicia al término de la jornada electoral y concluye al inicio de la siguiente precampaña electoral.

El tiempo se divide entre:



Concesionarios de radio

3 minutos 30 segundos

para partidos políticos

4 minutos

para autoridades electorales



Concesionarios de televisión

2 minutos 30 segundos

para partidos políticos

3 minutos

para autoridades electorales



Concesionarios públicos y sociales

1 minutos 30 segundos

para partidos políticos

2 minutos

para autoridades electorales

Distribución en precampaña

Precampaña

En este periodo se realizan actividades para seleccionar a los precandidatos a cargo de elección popular. Concluye, máximo, un día antes del proceso de selección interna que determine cada partido.

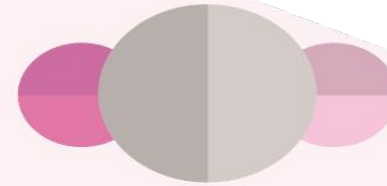
48 minutos
diarios que se distribuyen así:



30 minutos para partidos políticos

9 minutos distribuidos de manera igualitaria.

21 minutos proporcional a los votos de la elección anterior.



18 minutos para autoridades electorales



Distribución en intercampaña

Intercampaña

Se refiere al periodo entre el día siguiente al que terminan las precampañas y el día anterior al inicio de las campañas.

48 minutos
diarios que se distribuyen así:



24 minutos para partidos políticos nacionales



24 minutos para autoridades electorales



Distribución en campaña

Campaña

Corresponde al periodo en donde los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados realizan un conjunto de actividades para la obtención del voto. Esta etapa culmina tres días antes de la jornada electoral.

48 minutos

para partidos políticos, candidatos independientes y autoridades electorales que se distribuyen en:



7 minutos



Autoridades electorales

41 minutos

Partidos políticos



En caso de existir candidatos independientes, el tiempo se divide en partes iguales, dándoles una parte proporcional a repartir entre los candidatos independientes con registro.

Distribución en periodo de reflexión y la celebración de la jornada comicial

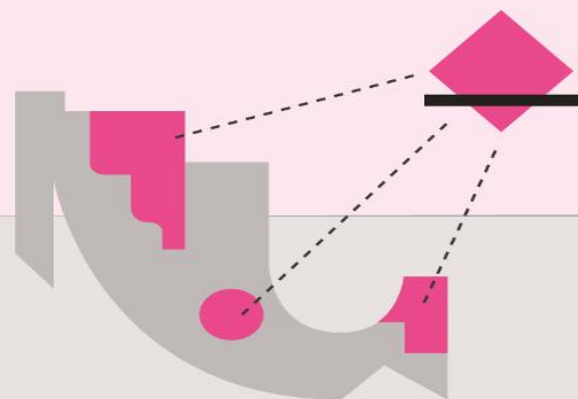
Periodo de reflexión

Se refiere al periodo que inicia a partir del día siguiente a la fecha de conclusión de las campañas y hasta el término de la jornada electoral.

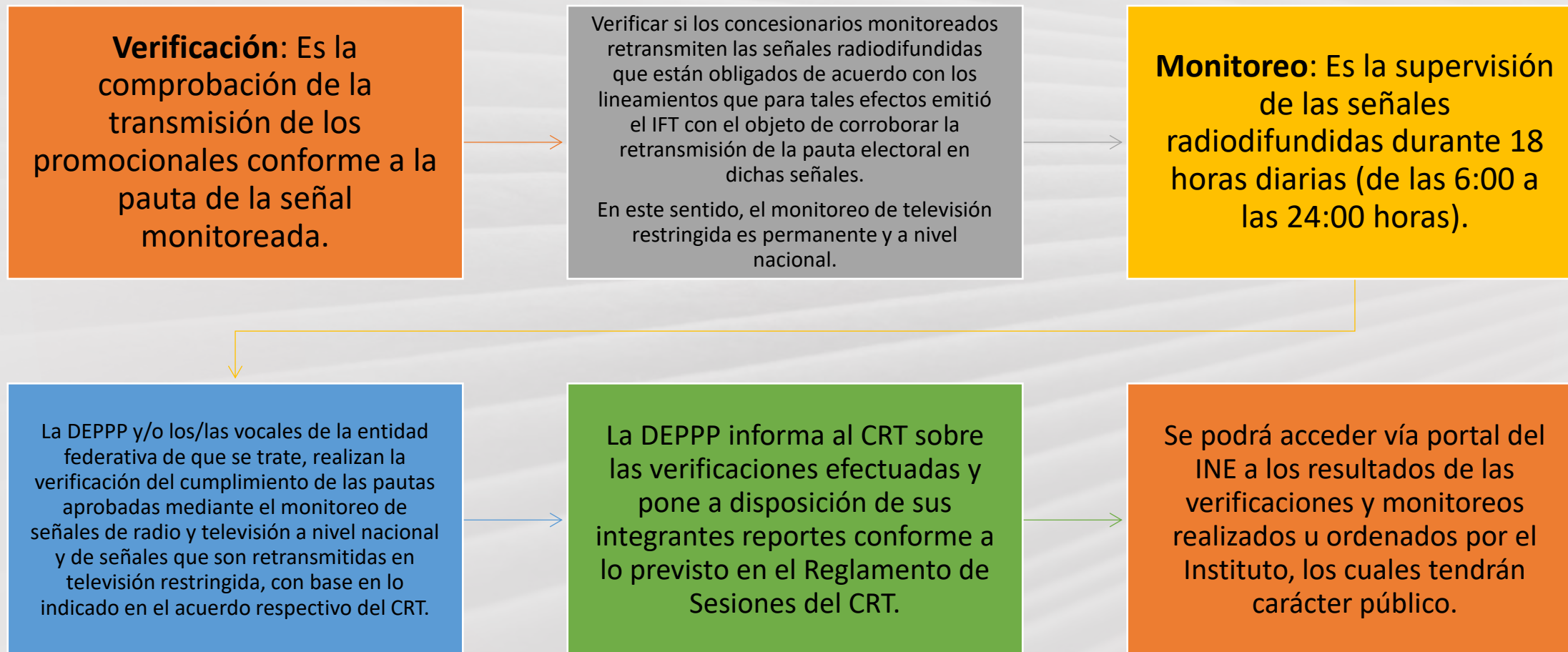
48 minutos diarios



Estos minutos son el total para las autoridades electorales federales y locales



La verificación del cumplimiento de las pautas



Reprogramaciones



Cuando los concesionarios adviertan que no han transmitido los promocionales conforme a las pautas ordenadas por el INE podrán reprogramar voluntariamente.



Deberán presentar el aviso correspondiente, por escrito, a la DEPPP o a la Junta Local Ejecutiva, dentro de los tres días hábiles siguientes al incumplimiento. Deberán señalar dicha circunstancia, así como las causas de la omisión y los elementos con que las acrediten.



Invariablemente, las transmisiones de los mensajes de partidos políticos, candidatos/as independientes y autoridades electorales se efectuará en tiempos distintos a los que corresponden al Estado.



En caso de que la reprogramación se ajuste a lo previsto en la disposición reglamentaria, la DEPPP y/o la Junta Local de que se trate verificarán la oportuna transmisión de los promocionales omitidos conforme al aviso recibido.

Debates en los medios

El Consejo General organizará dos debates obligatorios entre todos los candidatos a la Presidencia de la República y promoverá, a través de los consejos locales y distritales, la celebración de debates entre candidatos a senadores y diputados federales.

Los debates obligatorios de los candidatos al cargo de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, serán transmitidos por las estaciones de radio y televisión de las concesionarias de uso público.

Los concesionarios de uso comercial deberán transmitir dichos debates en por lo menos una de sus señales radiodifundidas cuando tengan una cobertura de cincuenta por ciento o más del territorio nacional.

La transmisión de los debates por los medios de comunicación será gratuita y se llevará a cabo de forma íntegra y sin alterar los contenidos.

La no asistencia de uno o más de los candidatos invitados a estos debates no será causa para la no realización del mismo.

Debates en los medios

Los medios de comunicación nacional y local podrán organizar libremente debates entre candidatos, siempre y cuando:

- Se comunique al Instituto o a los institutos locales
- Participen por lo menos dos candidatos de la misma elección
- Se establezcan condiciones de equidad en el formato

Cobertura informativa

1

- Condiciones para la cobertura periodística: Está prohibida la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa.

2

- El monitoreo de programas que difunden noticias para el Proceso Electoral Federal tiene finalidad proporcionar al Consejo General del Instituto y a la sociedad mexicana información que permita conocer el tratamiento que los programas que difunden noticias dan a las precampanas y campañas electorales de las precandidaturas y candidaturas a la Presidencia de la República, senadurías y diputaciones federales.

3

- Monitorear y llevar a cabo el análisis de información –bajo los principios de igualdad sustantiva y no discriminación– de los programas de radio y televisión que difundan noticias, de conformidad con el Catálogo aprobado por el Consejo General.

Cobertura informativa

4

- Obtener y analizar la información que permita conocer el tiempo destinado y el trato otorgado a cada partido político o coalición, así como a las candidaturas.

5

- Obtener y analizar la información de las variables de monitoreo –desagregada por género– de las precandidaturas y candidaturas, con la finalidad de identificar y hacer visibles las diferencias –en el caso de que existan– en el tratamiento otorgado a cada una, por partido político o coalición y, en su caso, a las candidaturas independientes.

6

- Obtener y analizar la información que permita conocer la presencia de violencia política contra las mujeres en razón de género en la cobertura de los programas de radio y televisión que difundan noticias. Asimismo, identificar, si es el caso, diferentes formas de discriminación debido a la interseccionalidad del género con otros factores, tales como: pertenecer a pueblos o comunidades indígenas, identificarse como persona afromexicana, vivir con alguna discapacidad, entre otras condiciones sociales.

Nulidad de elección reguladas en la Constitución

Se plasmó en el artículo 41, base VI, tercer párrafo lo siguiente:



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

- | | | |
|---|--|---|
| a) Se exceda el gasto de campana en un cinco por ciento del monto total autorizado; | b) Se compre o adquiera cobertura informativa o tiempos en radio y televisión, fuera de los supuestos previstos en la ley; | c) Se reciban o utilicen recursos de procedencia ilícita o recursos públicos en las campañas. |
|---|--|---|



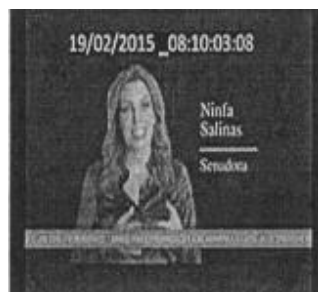
Dichas violaciones deberán acreditarse de manera objetiva y material. Se presumirá que las violaciones son determinantes cuando la diferencia entre la votación obtenida entre el primero y el segundo lugar sea menor al cinco por ciento.

Nulidad por violación de principios constitucionales ST-JRC-117/2011

- ❑ Transmisión en televisión abierta de propaganda política en periodo prohibido por la ley, a favor del Partido Revolucionario Institucional. En el enfrentamiento contra el filipino Manny Pacquiao, el mexicano Juan Manuel Márquez usó unos pantaloncillos en los que lucía el emblema del PRI.
- ❑ Se presenta una vulneración directa a la Constitución federal, específicamente al artículo 41, Base III, apartado A, penúltimo párrafo, así como a los principios de equidad y certeza.
- ❑ Las transmisiones no fueron autorizadas ni ordenadas por el órgano constitucional autónomo facultado de forma exclusivamente para ello, es decir, por el Instituto Federal Electoral, con lo cual se deja en desventaja a los demás contendientes y se posiciona de manera indebida al Partido Revolucionario Institucional frente a los electores que siguieron la transmisión del cierre de campaña a través de televisión por cable, así como a los ciudadanos que en televisión abierta vieron una pelea de box en la etapa de reflexión previa a la jornada electoral, en la que un pugilista portaba el logotipo del Partido Revolucionario Institucional.
- ❑ Se estima determinante la violación constitucional referida, en razón de que la votación total en el municipio de Morelia fue de 304,134 (trescientos cuatro mil ciento treinta y cuatro votos) y la diferencia entre el primer y segundo lugar fue de 2,317 (dos mil trescientos diecisiete votos), en 923 casillas, circunstancia que arroja una diferencia del .76% (punto setenta y seis por ciento), con lo que se puede establecer válidamente que la distancia en sufragios es mínima, aspecto que se debe considerar, ya que al haberse desplegado las conductas violatorias de la Constitución federal,
- ❑ Se decreta la nulidad de la elección de miembros del Ayuntamiento del Municipio de Morelia, Michoacán, celebrada el trece de noviembre de dos mil once.



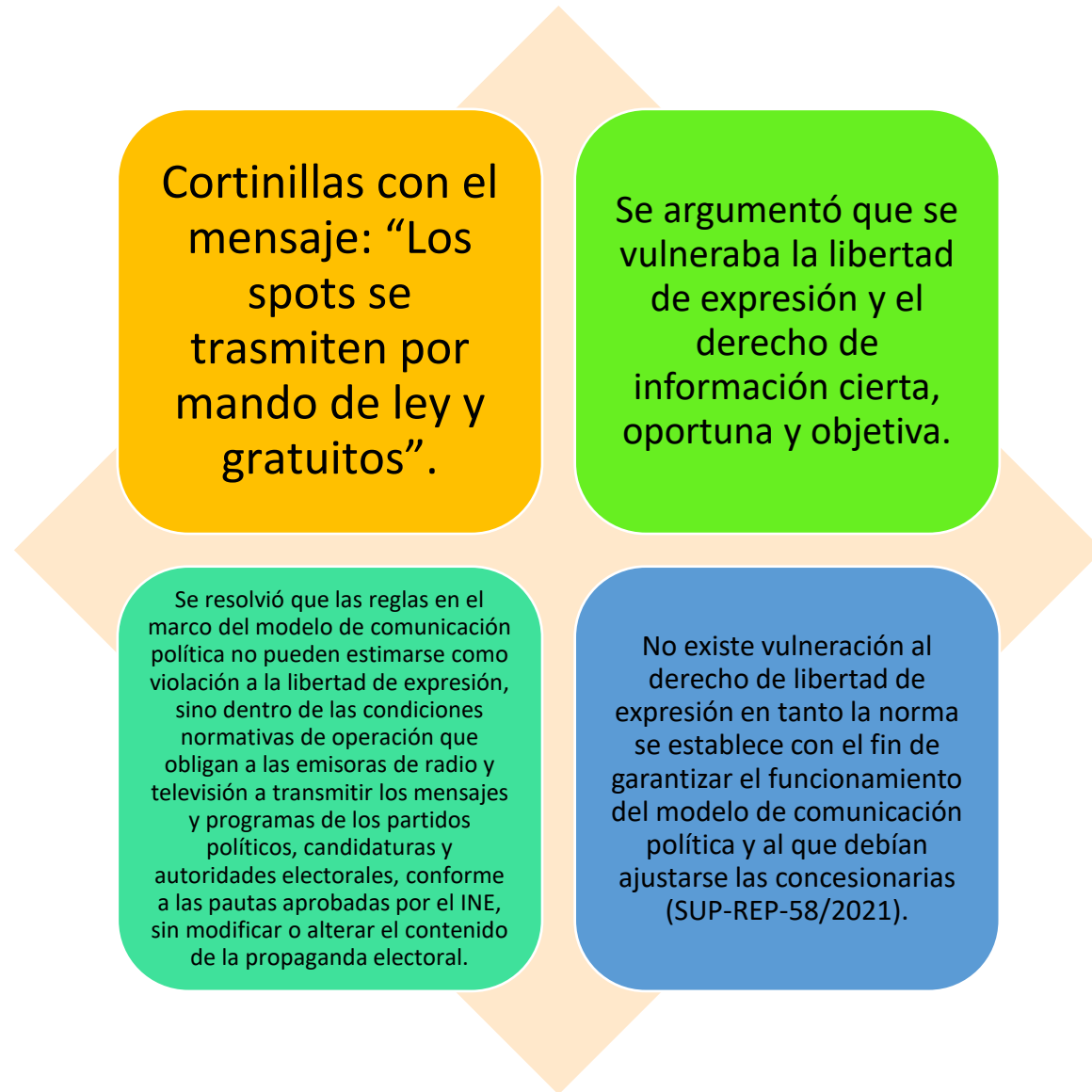
Casos relevantes sobre Modelo de Comunicación



Promocionales, por parte de senadores del mismo partido, similares a los de la campaña publicitaria “Verde si cumple”, y de la denominada “Promesas cumplidas”, con la diferencia en la frase “Si cumple”, que ahora establecía: “Propuestas cumplidas y que ahora son ley”.

Se resolvió que, ante la existencia de acciones y conductas que denotaban una probable actuación sistemática, donde el factor preponderante en la difusión de los promocionales buscaba un posicionamiento de un partido político, mediante alusiones que lo identifican plenamente, era incuestionable que no existe un fundamento que avalara la realización de ese tipo de conductas, sobre todo si se advierte que son reiteradas (SUP-REP-73/2015).

Casos relevantes sobre Modelo de Comunicación



La información resulta inexacta, en tanto en el modelo de comunicación está prohibida la comercialización de tiempo, por lo que no puede actualizarse el supuesto de la gratuidad, además que se difunden en los tiempos que le corresponden al Estado en radio y televisión, no en los comerciales a cargo de las concesionarias.



El mensaje de la cortinilla establece circunstancias ajenas a la realidad, e incluso, se aparta del propósito de las concesionarias de radio y televisión de preservar la veracidad de la información en beneficio de la ciudadanía y de la promoción de la participación democrática, y contribuir, desde su esfera, a que las personas emitan un voto consciente y razonado.

Casos relevantes sobre Modelo de Comunicación



Contratación de un spot por la persona moral “Mexicanos Primero”, difundido en la cadena de televisión “Televisa”, y en la organización de cinemas “CINEPOLIS”, era una posible contravención a la regla constitucional que prohíbe a personas físicas o morales contratar propaganda en radio y televisión.

El promocional presentaba a cuatro niños y una niña personificando a las candidaturas presidenciales, utilizando expresiones y frases que las distinguieron en campaña.

La expresión final que señala expresamente, “piensa bien y elige al candidato que apoye la transformación educativa”, se estimó que si tenía una clara referencia al proceso electoral y con una invitación a votar por quienes promovían o defendían tal propuesta (SUP-REP-131/2018 Y SUP-REP- 137/2018 ACUMULADO).



Casos relevantes sobre Modelo de Comunicación



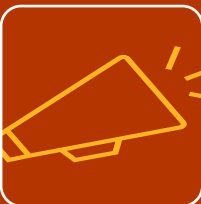
Incompatibilidad para desempeñar conducción de programas y candidatos a cargos de elección popular.



Se denunció que Marta Eugenia Guzmán Navar fue registrada por el PVEM como candidata a diputada federal, pero también se desempeñaba como presentadora y conductora en los programas de televisión “La bola del 6” y “Que chulada”.



Se determinó que los programas televisivos se transmitieron durante la etapa de campaña electoral, y en este sentido, se actualizó la adquisición indebida de tiempos en televisión y vulneración a los principios de certeza, legalidad y equidad en la contienda electoral. Lo anterior, ante la incompatibilidad entre la calidad de candidata y el de conductora y presentadora de televisión, lo que lesionaba el modelo de comunicación.



Tuvo acceso a tiempo en televisión de manera distinta al administrado por el INE para partidos políticos y sus candidaturas, lo que la posicionó ante el electorado de manera indebida, al haber obtenido un beneficio que no guarda proporción al que tuvieron las otras personas contendientes del proceso electivo, pues tuvo una mayor exposición frente a las otras candidaturas, lo cual crea inequidad en la contienda (SRE-PSC-94/2021).



Casos relevantes sobre Modelo de Comunicación

Se ha denunciado el uso de propaganda electoral en “vallas electronicas” y unimetas”. Visibles en diversas canchas de futbol, en varios partidos y con varios impactos en televisión, y que la misma se captó y divulgó, en ciertos momentos, en la transmisión televisiva de dichos juegos.

La Sala Especializada sostuvo que no se acreditó que el objeto de la contratación haya sido adquirir tiempo en televisión, sino una estrategia para evadir tal prohibición en detrimento del modelo de comunicación política.

La Sala Superior en cambio, estableció que sí hubo adquisición y aunque el partido político, el candidato y la contratista denunciadas negaron que hubo un acuerdo para difundir en televisión la propaganda electoral, debieron prever lo necesario para asegurarse que dicho material no fuera visible en televisión (SRE-PSC-140/2015 y SUP-REP-422/2015 Y ACUMULADOS; SRE-PSC-132/2015 Y ACUMULADO y SUP-REP-426/2015 Y ACUMULADOS; y SUP-REP-432/2015 Y SUP-REP-445/2015 ACUMULADOS).



Casos relevantes sobre Modelo de Comunicación

Se denunció la transmisión de la pelea de box por cadena nacional (entre José Quirino “Gallito” y Hernán Israel Márquez Tadeo “Tyson”, donde éste último utilizó en su short la leyenda “Iris Sánchez Chiu”, candidata a diputada federal en Sonora).

Se estableció que la candidata obtuvo acceso de manera indebida en televisión, porque la pelea se realizó en el curso de las campañas electorales (federal y local), en la cual participo, por lo que era previsible que la leyenda con el nombre de la candidata causaría una exposición ante el electorado que observó la pelea (SUP-REP-248/2018 ACUMULADOS).

IMAGENES



Modelo de comunicación en la elección judicial

Artículo 509. LEGIPE

1. Queda prohibida la contratación por sí o por interpósita persona de tiempos de radio y televisión para fines de promoción de las personas candidatas, así como de espacios publicitarios y de promoción personal en medios de comunicación impresos o digitales.

2. Las personas candidatas podrán hacer uso de redes sociales o medios digitales para promocionar sus candidaturas, siempre y cuando no impliquen erogaciones para potenciar o amplificar sus contenidos.

Modelo de comunicación en la elección judicial

Artículo 517.

- 1. Durante el lapso legal de campaña, el Instituto administrará y gestionará el acceso a los tiempos del Estado que correspondan a radio y televisión.
- 2. Los monitoreos y mecanismos para verificar el cumplimiento de los tiempos de radio y televisión estarán a cargo del Instituto.

Artículo 518.

- 1. El Instituto observará que los contenidos de los promocionales de radio y televisión se ajusten a los formatos y parámetros que establezca el Instituto y promuevan la consulta de los perfiles de las personas candidatas a través de las plataformas digitales habilitadas para tal efecto.
- 2. El Instituto pondrá a disposición de las personas candidatas espacios digitales para difundir mensajes en redes sociales o Internet, tanto por el Instituto como por las personas candidatas.

Modelo de comunicación en la elección judicial

Artículo 520.

1. Las personas candidatas podrán participar durante el periodo de campañas en entrevistas de carácter noticioso y foros de debate organizados y brindados gratuitamente por el sector público, privado o social en condiciones de equidad, observando al efecto las directrices y acuerdos que al efecto emita el Consejo General del Instituto en observancia a lo dispuesto en esta Ley.

Modelo de comunicación en la elección judicial

Artículo 525.

1. El Consejo General del Instituto aprobará la metodología para la difusión y promoción de la participación ciudadana en el proceso de elección, privilegiando el uso de las tecnologías de la información y observando al efecto los principios de austeridad, eficacia y eficiencia del gasto público.

2. La metodología deberá ser imparcial, objetiva y con fines informativos, y contemplará por lo menos la creación de un micrositio en la página de Internet oficial del Instituto para informar a la ciudadanía sobre el proceso electivo y dar a conocer las candidaturas registradas.

3. El micrositio que se determine tendrá por objeto difundir la identidad, perfil e información curricular de las personas candidatas, incluyendo la versión pública de los expedientes que acrediten su elegibilidad e idoneidad para el cargo que se trate, así como información relativa al proceso electivo, ajustándose al menos a lo siguiente:

- a) No será un medio de propaganda política;
- b) Proporcionará a la ciudadanía información suficiente y relevante relacionada con el proceso electivo, e incluirá como mínimo el perfil personal, fotografía, medios de contacto público, trayectoria académica e historial profesional y laboral de cada candidatura;
- c) Incorporará las visiones de las personas candidatas acerca de la función jurisdiccional y la impartición de justicia, así como sus propuestas de mejora;

d) La información de las candidaturas será proporcionada por las personas candidatas y autorizada por el Instituto, que deberá supervisar que se ajuste a esta Ley y los parámetros que al efecto determine el Consejo General, y

e) La información deberá estar disponible de manera clara, completa y accesible a más tardar en la fecha de inicio del periodo de campañas y hasta el día de la jornada electoral.

4. Para efectos de las actividades que realice el Instituto para la promoción de la participación ciudadana en el proceso de elección, se privilegiará el uso de medios electrónicos, entre ellos, la página de Internet del Instituto, medios electrónicos o digitales institucionales y periódicos de mayor circulación y cobertura en la entidad que corresponda, entre otros.

Modelo de comunicación en la elección judicial

ACUERDO INE/CG04/2025 DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL POR EL QUE SE APRUEBAN LOS CRITERIOS RELATIVOS A LA DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO DEL ESTADO EN RADIO Y TELEVISIÓN PARA EL PROCESO ELECTORAL EXTRAORDINARIO DEL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN 2024-2025, EN CONCURRENCIA CON LOS PROCESOS ELECTORALES LOCALES EN LOS ESTADOS DE DURANGO Y VERACRUZ 2024-2025, PERÍODO ORDINARIO Y, EN SU CASO, PROCESOS ELECTORALES EXTRAORDINARIOS PARA LA ELECCIÓN DE PERSONAS JUZGADORAS DE LOS PODERES JUDICIALES LOCALES.

Considerando el tiempo para implementar la reforma judicial en materia de acceso a radio y televisión, la capacitación para el uso del Sistema de Recepción de materiales a la totalidad de las personas candidatas y la prueba de capacidad de concurrencia de usuarios, este Consejo General estima que **no existen las condiciones técnicas y operativas necesarias para implementar un modelo donde cada candidatura ingrese sus materiales de manera individual mediante el sistema implementado para tal fin que garantiza la operación de las reglas del modelo de comunicación política vigente.**

Dadas las consideraciones normativas relativas al acceso al financiamiento de las candidaturas, los espacios disponibles en la pauta y el número de posibles candidaturas, los plazos que se requieren para la elaboración, aprobación y notificación de las pautas específicas, así como las consideraciones técnico-operativas relacionadas con la capacidad de los sistemas, generación de usuarios y contraseñas, tiempo para la capacitación de las candidaturas sobre el uso del Sistema de Recepción de materiales, infraestructura para dictaminación de promocionales y la misma generación de estrategias de transmisión, **este Consejo General estima necesario que el propio Instituto paute mensajes genéricos por tipo de cargo con mensajes que promuevan entre la ciudadanía la consulta de los perfiles de las personas candidatas a través de las plataformas digitales habilitadas para tal efecto,** tal y como lo establece el artículo 518, de la LGIPE.



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación



Muchas gracias

Dr. José Antonio Pérez Parra