

## **LINEAMIENTOS GENERALES APLICABLES A LOS PROGRAMAS EN RADIO Y TELEVISIÓN QUE DIFUNDEN NOTICIAS:**

Publicados en el DOF el 01/09/2017<sup>1</sup>.

[http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5495945&fecha=01/09/2017](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5495945&fecha=01/09/2017)

### **I. LA EQUIDAD Y PRESENCIA EN LOS PROGRAMAS QUE DIFUNDEN NOTICIAS**

1. La equidad en la difusión y cobertura informativa de las actividades de precampaña y campaña, implica la igualdad de oportunidades de todos los partidos políticos, coaliciones, precandidaturas y candidaturas, a efecto de que ninguna persona contendiente tenga ventaja sobre otras en función de su fuerza electoral, propiciando, en la medida de lo posible, que cualquier partido, coalición o candidatura pueda contender en condiciones de equilibrio en el Proceso Electoral. En este sentido, a fin de garantizar en la prestación del servicio público de las concesionarias, los derechos asociados a la contienda política a votar y ser votado/a, a la información y a la libertad de expresión la equidad en la difusión y cobertura informativa es un principio esencial para que exista equilibrio en cualquier competencia electoral, entendiéndose éste como la posibilidad de que todas las partes involucradas los actores políticos sean tratados con igualdad de criterio en los espacios informativos dedicados a cubrir el Proceso Electoral.
2. Respecto de los espacios de información que los noticieros dediquen a todos y cada uno de los partidos políticos, coaliciones, precandidaturas y candidaturas, como parte del criterio de equidad, y de manera democrática deberán procurar una cobertura equitativa estableciendo tiempos de participación, y libre de estereotipos o cualquier forma de discriminación, de manera tal que permita la presencia, de todas y cada una de las personas contendientes dentro de los espacios informativos así como la difusión de las propuestas de las personas aludidas en las piezas informativas.
3. Como parte del criterio de equidad, y de manera democrática en la difusión de información electoral deberá existir, un trato homogéneo: en el número de entrevistas realizadas a los integrantes de las distintas fuerzas políticas; en los reportajes elaborados sobre las precampañas y campañas a lo largo de todo el país; en la presencia de representantes de los actores políticos en los programas de análisis, así como en los de debates; en la forma de privilegiar las notas entre los partidos; en la distinción entre el anecdotario de precampaña y campaña y en la oferta política de las candidaturas. Se recomienda que la cobertura noticiosa de todos los precandidatos y candidatos se realice en los mismos programas y horarios, buscando así el trato equitativo de todos los contendientes.
4. Queda comprendida en el criterio de equidad la presentación imparcial, neutral y objetiva, a través de una sección o espacio dedicado especialmente a las precampañas y campañas electorales, sin que necesariamente se deba modificar el formato establecido por el programa que difunda noticias. De esta manera, se protege la libertad del sufragio, pues las audiencias podrán identificar las alternativas que se presentan, descartando las anécdotas y opiniones ajenas. De igual manera, la equidad deberá ser reflejada en la difusión equitativa de entrevistas y reportajes de las diversas opciones políticas y con la presencia equilibrada de los diversos actores en los programas noticiosos.
5. Los noticieros procurarán que la cobertura de las precampañas y campañas promueva la confrontación de ideas, diagnósticos y propuestas para la formación de una postura informada de la ciudadanía sobre las personas contendientes, su historia y trayectoria, respetando la vida de estas últimas.
6. La equidad informativa implica también que los programas que difundan noticias ofrezcan los mismos recursos técnicos para cubrir las actividades de precampaña y campaña de los diferentes precandidatos(as) y candidatos(as), con el mismo tipo de lenguaje e imagen; libres de estereotipos o cualquier tipo de discriminación, además de incluir la presencia de las y los candidatos en los cintillos informativos, para ello los medios procurarán cuidar el proceso de grabación, selección y edición de las imágenes que se incorporarán al texto informativo. Lo anterior, resulta fundamental para que la audiencia reciba la información sobre las diferentes precampañas y campañas en el mismo formato y calidad. Con ello se busca que la ciudadanía modele su criterio

---

<sup>1</sup> ACUERDO del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se aprueban los Lineamientos generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomienda a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y de las candidaturas independientes del PEF 2017-2018, en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 160, numeral 3 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

con base en información transmitida con la mejor calidad posible y centre su atención en los contenidos de las precampañas y campañas.

## **II. PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE TRANSMITIR PUBLICIDAD O PROPAGANDA COMO INFORMACIÓN PERIODÍSTICA Y NOTICIOSA**

7. La reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, específicamente en el artículo 6, párrafo cuarto, Apartado B, numeral IV de la Constitución y el 238 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, señalan la prohibición, protegiendo el derecho de la ciudadanía y los derechos de las audiencias, de transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; por lo que, los programas que difundan noticias deberán abstenerse de presentar publicidad en forma de noticias. Esta modalidad de transmisión presentada como información periodística es una práctica violatoria del derecho a la información, por lo que al ser la radiodifusión un servicio público de interés general, debe existir un compromiso por parte de los concesionarios para atender la prohibición constitucional. Los concesionarios deberán incluir en su transmisión elementos que permitan diferenciar los espacios noticiosos de los espacios comerciales.
8. La cobertura de las campañas electorales en los espacios noticiosos deberá cumplir con lo señalado en el artículo 6, párrafo cuarto, Apartado B, numeral IV de la Constitución. Al respecto, es necesario tener presente el artículo 41 Base VI de la Constitución que señala que "la ley establecerá el sistema de nulidades de las elecciones federales o locales por violaciones graves, dolosas y determinantes; entre otros, cuando *"b) Se compre o adquiera cobertura informativa o tiempos en radio y televisión fuera de los supuestos previstos en la ley;..."*
9. Conforme al artículo 78 bis párrafo 6 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, para efectos de lo dispuesto en la Base VI del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se presumirá que se está en presencia de cobertura informativa indebida cuando, tratándose de programación y de espacios informativos o noticiosos, sea evidente que, por su carácter reiterado y sistemático, se trata de una actividad publicitaria dirigida a influir en las preferencias electorales de la ciudadanía y no de un ejercicio periodístico.

## **III. LAS OPINIONES Y LAS NOTAS**

10. A fin de salvaguardar las libertades de expresión, información y a fin de fortalecer el Estado democrático, no serán objeto de inquisición judicial ni censura, las entrevistas, opiniones, editoriales, y el análisis de cualquier índole que, sin importar el formato sean el reflejo de la propia opinión o creencias de quien las emite.
11. En congruencia con el artículo 256, fracción III de la Ley Federal de Telecomunicaciones, es un derecho de las audiencias que los noticieros establezcan una clara diferencia entre la información noticiosa y las opiniones, lo cual coadyuva a enriquecer la información electoral y permite a la ciudadanía contar con mejores elementos para su ponderación, a fin de garantizar el derecho a la información, como la libertad de expresión y difusión.
12. Dentro de las opiniones, garantizadas por la libertad de expresión, se debe privilegiar el profesionalismo de las y los comunicadores mediante una crítica respetuosa y abierta hacia las y los precandidatos, y candidatos, partidos políticos y las coaliciones.
13. Las notas informativas procurarán incluir una descripción clara y completa de los acontecimientos, sin estereotipos o cualquier forma de discriminación cuando se hable de las personas el contexto de las declaraciones, y sobre todo, de las propuestas de las y los candidatos de los partidos políticos, y coaliciones así como de las candidaturas independientes, procurando darle mayor relevancia a las propuestas políticas que a las cuestiones relacionadas con la vida privada de quienes contienden por un puesto de elección popular, tal como se describe en los Lineamientos 21 y 22 de este Acuerdo. Del mismo modo, procurará dar elementos razonables y pertinentes para distinguir las notas informativas de los comentarios y las opiniones y los juicios de valor que editorialicen sus contenidos, lo cual puede coadyuvar a enriquecer la información sobre las precampañas y campañas; y permitir a la ciudadanía identificar tendencias y contar con elementos para su valoración.
14. Los programas de análisis, de confrontación de ideas y posiciones políticas son de la mayor importancia, ya que a través de ellos el electorado puede conocer la pluralidad de opciones y puntos de vista que componen el espectro político nacional que se manifestará abiertamente durante las precampañas y campañas electorales que se avecinan. Asimismo, es importante que estos programas de análisis fomenten una democracia participativa en la que exista y se procure una ciudadanía con criterio individual y capacidad de discernir entre las diferentes propuestas planteadas por las y los precandidatos, y candidatos, partidos políticos y las coaliciones en la radio y la televisión.
15. El contenido de las opiniones que se emitan en los programas a los que se aluden en el numeral que antecede, es responsabilidad de las personas analistas, estudiosas o participantes que las emiten, en el ejercicio de su

libertad de expresión y de libre manifestación de ideas, en el entendido que la confrontación y análisis de los puntos de vista de todas las personas que contienden, sin discriminación ni exclusiones de ninguna naturaleza, son elementos imprescindibles que distinguen a estos espacios de expresión.

16. Los comunicadores y noticieros procurarán dar elementos razonables y pertinentes para que la audiencia pueda distinguir la información noticiosa de las opiniones de la o el comunicador y noticiero, a fin de dotar a la ciudadanía de los elementos que le permitan formarse una opinión libre e individual.

#### **IV. EL DERECHO DE RÉPLICA**

17. La ley Reglamentaria del Artículo 6o., Párrafo Primero, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en Materia de Derecho de Réplica, fue publicada por el Diario Oficial de la Federación el 4 de noviembre de 2015 y señala en el Artículo 3, párrafo 5 que:

*"Los partidos políticos, los precandidatos y los candidatos a puestos de elección popular, debidamente registrados ante las instancias electorales correspondientes, podrán ejercer el derecho de réplica respecto de la información inexacta o falsa que difundan los medios de comunicación en términos de lo dispuesto por esta Ley. Tratándose de los sujetos a que hace referencia este párrafo y en los periodos que la Constitución y la Legislación Electoral prevean para las precampañas y campañas electorales todos los días se considerarán hábiles".*

18. Este Instituto Nacional Electoral reconoce que los medios de comunicación deben fomentar que los espacios noticiosos sirvan de foro para el intercambio de comentarios y críticas; sin embargo, lo anterior no es óbice para decir que la información errónea, si no se aclara inmediatamente, puede tener efectos negativos importantes en el desarrollo de la contienda electoral. Lo anterior, en razón de que las y los comunicadores tienen la responsabilidad de proyectar una visión lo más apegada a la realidad.
19. Los programas noticiosos pueden ayudar a elevar la calidad del debate político mediante la difusión de información veraz y objetiva, evitando deformar hechos o situaciones referentes a las actividades de las y los precandidatos, y candidatos, partidos políticos o las coaliciones.
20. Se reconoce que la libre manifestación de las ideas no es una libertad más, sino que constituye uno de los fundamentos del orden político, en un Estado constitucional democrático de derecho. En caso de que haya sido difundida información inexacta o falsa, el medio noticioso deberá respetar con oportunidad, el derecho de quien resulte afectado para aclarar y rectificar dicha información, en el mismo espacio y horario y con las mismas características de transmisión, con la finalidad de que el auditorio conozca ambas posturas del hecho noticioso, en estricto cumplimiento a lo señalado en el artículo 3ro., párrafo 5 de la Ley Reglamentaria del Artículo 6º Párrafo Primero, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en Materia de Derecho de Réplica.

#### **V. LA VIDA PRIVADA DE LAS Y LOS CANDIDATOS**

21. De conformidad con nuestra norma suprema, la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público. Éste es el espíritu que anima la presente sugerencia.
22. Las personas que se ocupan en labores informativas y noticiosas deberán respetar el derecho que existe a la vida privada, en la medida en que ésta no tenga implicaciones para el interés público. De ser el caso, la difusión de información que trastoque el derecho a la vida privada deberá estar plenamente justificada en el interés y debate público que la revista. La relevancia pública dependerá en todo caso de situaciones históricas, políticas, económicas y sociales, que ante su variabilidad, se actualizará en cada caso concreto. Consecuentemente, la vida privada de las y los candidatos debe quedar resguardada, evitando menciones injustificadas a su intimidad en los noticieros o en la obtención del material incluido en ellos.
23. Los medios de comunicación deberán privilegiar las propuestas de las y los candidatos por encima de las alusiones a su vida privada y de las anécdotas que puedan interferir con el desarrollo pleno de las precampañas y campañas electorales, cuando su conocimiento sea trivial para el interés o debate público.

#### **VI. PROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE DEBATE ENTRE LOS CANDIDATOS**

24. Los medios de comunicación impulsarán los programas de debate, ya que son espacios idóneos para que las y los candidatos den a conocer sus propuestas a través del libre intercambio de ideas, para la construcción de una cultura del debate. En ese sentido, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales dispone en su artículo 218, numeral 6 que los medios de comunicación podrán organizar libremente debates siempre y cuando cumplan con lo siguiente:
  - a) Se comunique al Instituto o a los Institutos Locales según corresponda;

- b) Participen por lo menos dos candidatas o candidatos de la misma elección, y
  - c) Se establezcan condiciones de equidad en el formato.
25. Los debates son un elemento importante para la difusión y confrontación de las ideas y programas de las y los candidatos, los partidos políticos y las coaliciones, por lo que resultan relevantes y necesarios dentro del Proceso Electoral, como ejercicios de comunicación política en una sociedad democrática. Por ello, es preciso alentar y apoyar su celebración en el marco de la normativa aplicable, asegurando el más amplio ejercicio de la libertad de expresión, el derecho de la información, la equidad en la contienda electoral y el concurso de quienes participan en el Proceso Electoral.
26. Conforme al artículo 309, numeral 1, del Reglamento de Elecciones, que a la letra dice:  
*"La Coordinación Nacional de Comunicación social, será la encargada de la producción y difusión de los debates que sean organizados por el Instituto, ya sea los de carácter obligatorio o aquellos respecto de los cuales medie una solicitud formulada por los partidos políticos, las coaliciones, los candidatos registrados, en las estaciones de radio y canales de televisión con cobertura en el área geográfica que corresponda al cargo que se elige".*
27. Las y los comunicadores deben privilegiar en todo momento el diálogo abierto entre las y los candidatos como un mecanismo de comunicación con la ciudadanía, de modo que el electorado cuente con las herramientas suficientes que le permitan deliberar y ejercer su voto de manera libre, informada y razonada. Se recomienda consolidar una estructura que sea más periodística y que permita confrontar el debate de las ideas y plataformas electorales.
28. La realización, organización y transmisión de debates, deberá permitir a la ciudadanía conocer en un mismo programa los puntos de divergencia o convergencia entre las posturas de los diversos partidos políticos, coaliciones y candidatos que participan en la contienda electoral.
29. Los medios de comunicación nacionales y locales que organicen debates, deberán procurar que las personas participantes intervengan en igualdad de circunstancias para posicionar las posturas políticas que pretenden comunicar a la ciudadanía.
30. Conforme a lo establecido en el artículo 314, numeral 7 del Reglamento de Elecciones, que a la letra dice:  
*"Para lograr la mayor audiencia posible, los medios de comunicación que organicen o transmitan debates, podrán difundir los promocionales respectivos sin que la promoción del debate se convierta en propaganda política-electoral en favor de un partido, coalición o candidatura en particular".*

## **VII. PERSPECTIVA DE IGUALDAD Y NO DISCRIMINACIÓN**

31. La información electoral difundida por los programas noticiosos deberán evitar toda discriminación motivada por origen étnico, género, edad, discapacidades, condición social, condiciones de salud, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas. El objetivo es que la ciudadanía tenga información, incluyente, equilibrada y suficiente de todas las opciones políticas, sin que exista algún sesgo que dé lugar a la discriminación.
32. Particularmente, en la cobertura de las campañas deberá transversalizarse la perspectiva de igualdad y no discriminación en la cobertura de las campañas es decir, que se logre una presencia igualitaria, en la mayor medida posible, y sin discriminación en los medios de comunicación durante todo el Proceso Electoral. Además, los noticieros deberán conducirse respetando el principio de igualdad y no discriminación al momento de informar sobre las candidatas y candidatos a los cargos de elección, de manera que se dedique los espacios bajo las mismas condiciones similares proporciones, sin distinción con fines discriminatorios y contrarrestando las asimetrías y estereotipos de sexo, género, identidad sexual, orientación o preferencia sexual, origen étnico, discapacidad o edad.
33. La difusión de la cobertura de las precampañas y campañas electorales, se debe realizar con perspectiva de igualdad y no discriminación, es decir, promoviendo la igualdad y la diversidad en la información, y el acceso equitativo y sin discriminación para todas las personas. Por lo consiguiente, ninguna persona que aspire a una candidatura o cuente con ella, deberá ser objeto de censura o discriminación, en razón de su sexo, género, identidad sexual, orientación o preferencia sexual, origen étnico, discapacidad o edad, o cualquier otra que atente contra la dignidad humana.
34. Es recomendable que en la información relativa a las campañas electorales se utilice un lenguaje, no sexista e incluyente, es decir, que en sus expresiones verbales, escritas, gestuales o visuales atente contra la mujer o la discrimine, ya que con ello se dificulta su visibilización en su participación institucional, social, económica y política, además de que no se utilicen estereotipos de género, como el uso de imágenes que cosifiquen,

objetiven o vulneren la dignidad de las personas, o que fomenten roles tradicionales de lo "femenino" y lo "masculino". Lo anterior, tiene como objetivo promover y respetar la igualdad entre mujeres y hombres, a través de conductas que

orienten a la nación hacia el cumplimiento de la igualdad sustantiva en los ámbitos público y privado.

#### **VIII. CANDIDATURAS INDEPENDIENTES**

35. A partir de la inclusión en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales de la figura de la candidatura independiente, los programas noticiosos deben informar en igualdad de condiciones tanto para las candidaturas postuladas por los partidos políticos o coaliciones, como para las candidaturas independientes; conforme a los principios de equidad que todo elector requiere para ejercer un voto informado.
36. En la cobertura de las candidaturas independientes, el espacio noticioso podrá identificar a través de la información que publique el Instituto, qué personas han sido registradas formalmente como candidatas y candidatos independientes. Con esto, la información proporcionada a la ciudadanía podrá ser más precisa y veraz y permitirá dar seguimiento oportuno al registro de las y los ciudadanos bajo esta figura.
37. La cobertura de la información que derive de las candidaturas independientes se encuentra en sintonía con el derecho a ser votado pues, si bien es un derecho ciudadano acceder a los cargos de elección popular por esta vía, su inclusión en la información noticiosa es un puente para hacer efectivo ese derecho.

#### **IX. CONSULTAS POPULARES**

38. La cobertura que los noticieros den a la eventual realización de una Consulta Popular será un elemento útil para promover la participación ciudadana en los asuntos de trascendencia nacional que ameriten la celebración de este mecanismo de participación.
39. Se sugiere que la información que se proporcione sobre la Consulta Popular se dé en las mismas condiciones de cualquier otro acto de precampaña o campaña, ofreciendo información que permita a las audiencias contrastar puntos de vista, atendiendo a los principios de objetividad, imparcialidad y equidad.
40. Se deberá atender lo dispuesto en el artículo 41 de la Ley Federal de Consulta Popular, respecto a que ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en la opinión de la ciudadanía sobre la Consulta Popular.
41. En la cobertura informativa de la Consulta Popular se sugiere dar un trato equitativo a las distintas posturas que se presenten con motivo de ella, procurando que la información no tienda a favorecer o no a un candidato o partido político Asimismo, los noticieros pueden contribuir a enriquecer el debate promoviendo el contraste de ideas.

**SEGUNDO.** Se instruye al Secretario Ejecutivo para que por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos notifique al Instituto Federal de Telecomunicaciones, a la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, así como a los concesionarios de radio y televisión y a sus agrupaciones para los efectos legales a que haya lugar.