

**Junta de Coordinación Política y
Comisiones de Puntos Constitucionales y de Reforma Política-Electoral
Martes 16 de agosto de 2022**

Parlamento abierto de la reforma electoral

Tema: Sistema de partidos

Foro 16. Asignación y distribución de tiempos oficiales por proceso electoral y etapas

Apertura del foro

Presentación de las y los ponentes

Intervenciones

Félix Vidal Mena Tamayo

Mariana de Lachica Huerta

Sandra Edith Alcántara Mejía

Jaime Fernando Cárdenas Gracia

Preguntas

Diputado Ángel Benjamín Robles Montoya

Diputado Carlos Alberto Puente Salas

Diputado Santiago Torreblanca Engell

Diputado Hamlet García Almaguer

Respuestas

Félix Vidal Mena Tamayo

Mariana de Lachica Huerta

Sandra Edith Alcántara Mejía

Jaime Fernando Cárdenas Gracia

Preguntas

Ángel Benjamín Robles Montoya

Fausto Gallardo García

Santiago Torreblanca Engell

Leonel Godoy Rangel

Respuestas

Félix Vidal Mena Tamayo

Jaime Fernando Cárdenas Gracia

Mensaje del presidente de la Junta de Coordinación Política

Clausura del foro

El moderador José Omar Sánchez Molina: Bien. Muchas gracias. Vamos a dar quizá un momento para que puedan irse incorporando las diputadas y los diputados, y en el momento correspondiente iniciaríamos con nuestros ponentes. Pero antes quisiera ir leyendo las semblanzas curriculares para que la audiencia conozca quiénes nos acompañan el día de hoy, cuando está programado este foro de parlamento abierto aquí en la Junta de Coordinación Política para desahogar un tema importante, como son los tiempos oficiales, la asignación y distribución de los mismos por etapas. Y para ello vamos a contar con cuatro distinguidos ponentes, afortunadamente con paridad, dos hombres y dos mujeres.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Contamos con la presencia de Félix Vidal Mena Tamayo, a quien le damos la bienvenida. Félix, gracias por tu participación. Voy a leer la semblanza de Félix. Él es licenciado en derecho. Fue titulado con la tesis *Naturaleza jurídica del espectro radioeléctrico*, y también es miembro del Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y de la Televisión, conocida como Cirt. Miembro de dicho comité de radiodifusión de la cámara ya mencionada y presidente del Comité de Derecho Electoral de la citada cámara. Entonces la experiencia que tiene Félix al respecto es muy relevante.

Por más de 35 años ha tenido experiencia en despachos jurídicos y departamentos jurídicos de empresa en áreas de desarrollo como el derecho administrativo, derecho electoral, derecho de las telecomunicaciones y derecho civil. En cuanto a sus logros destaca el que implementó soluciones a problemas derivados de visitas de inspección por las que realizan las autoridades regulatorias, y también tiene vigilancia legal de operación de estaciones de televisión radiodifundida.

En cuanto a su experiencia laboral destaca haber participado en el despacho Mario Zamora Aureoles y Asociados. Haber estado en el Instituto Mexicano de Televisión, conocido en su

momento como Imevisión. Jefe del Departamento de Propiedad Intelectual. Director legal regulatorio. Y también haber tenido la especialidad en derecho administrativo con procedimientos de concesión en materia de radiodifusión como uno de sus ejes de trabajo, procedimientos administrativos contenciosos, multas, visitas de inspección, extrañamientos y observaciones. Y también haber realizado trámites ante dependencias gubernamentales, incluida la Profeco y también la Cofepris, en materia de publicidad.

Y en cuanto a derecho electoral destaca su participación en el tema de tiempos de Estado administrados por el Instituto Nacional Electoral, procedimientos de sanción incoados por el propio Instituto Nacional Electoral, impugnaciones ante el INE y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, seguimiento a elaboración de mapas de cobertura y catálogo de estaciones radicados también por el INE, contestación de requerimientos de información de autoridades electorales y, en general, control de procesos administrativos. Así que, Félix, muchas gracias por tu participación. Y en un momento más vamos con tu presentación inicial.

Me permito también leer la semblanza de Mariana de Lachica Huerta que, como mencionaba nuestro maestro de ceremonias, se encuentra presente vía plataforma virtual. Ella es licenciada en ciencias políticas y administración pública, y cuenta con estudios de especialidad en derecho electoral por la División de Estudios de Posgrado de la UNAM y diplomados de derecho electoral por la Escuela Libre de Derecho y por el Tribunal Electoral. Cuenta también con diversos cursos y talleres en la materia impartidos por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, diploma en análisis político estratégico y análisis estratégico internacional por el CIDE y un diploma en estrategias de campaña locales por la George Washington University. Actualmente cursa la maestría en derecho electoral por la Escuela Judicial Electoral del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

De 2002 a 2015 fue jefa de la oficina del consejero del Poder Legislativo del Partido Acción Nacional ante el INE, cargo en el cual se desempeñó como su representante ante el Comité de Radio y Televisión y comisiones del propio INE.

Durante la reforma electoral de 2014 participó en el Senado de la República, en la redacción de diversas leyes relativas a la materia electoral. Ha sido representante del Partido Acción Nacional ante diversos órganos electorales, tanto locales como federales, incluyendo el Consejo General del INE y la Comisión Nacional de Vigilancia del Registro Federal de Electores.

En 2018, como consultora, asesoró al PAN y a sus candidatos en los procesos electorales locales y federales en los estados de Chihuahua, Quintana Roo, Yucatán y en Ciudad de México. Y en 2021 participó como asesora en la campaña a la gubernatura en el estado de Chihuahua y a las campañas locales y federales del municipio de Chihuahua, del Partido Acción Nacional.

Asimismo, de 2020 a 2021 fue presidenta de la Comisión Organizadora Electoral del CEN del PAN. Ha sido asesora en el Senado de la República y se ha desempeñado en diversos cargos en la administración pública federal como local de la Ciudad de México. Actualmente se desempeña como titular del Órgano Interno de Control del municipio de Chihuahua. Bienvenida, Mariana. Igualmente, en un momento más daremos paso a tu participación.

Tengo aquí a mi lado a Sandra Edith Alcántara Mejía, a quien también le damos un saludo. Bienvenida, Sandra. Me permito leer su semblanza curricular. Ella es licenciada en política y gestión social por la Universidad Autónoma Metropolitana, por la Unidad Xochimilco.

En cuanto a su experiencia laboral he de destacar que ella es asesora en la representación de Morena ante el Consejo General del INE, de septiembre de 2016 a la fecha, y representante de Morena ante el Comité de Radio y Televisión desde noviembre de 2020. Otra vez, Sandra Edith, muchas gracias por tu asistencia. En un momento más regresamos contigo para ver tu exposición inicial.

Nos acompaña también el doctor Jaime Fernando Cárdenas Gracia, de quien me permito leer su semblanza curricular. Su trabajo es muy amplio, pero vamos a dar los principales puntos de su destacada trayectoria. Es doctor en derecho por la Universidad Nacional Autónoma de México con mención honorífica y doctor en derecho por la Universidad Complutense de Madrid, con mención *cum laude*.

Maestro en derecho por la UNAM, también con mención honorífica. Tiene especialidades en derechos humanos por la Universidad Complutense y en ciencias políticas por el Centro de Estudios Constitucionales de Madrid. Ha sido visitante en la Universidad de Yale y también investigador visitante en la Universidad de Georgetown. Es investigador del Sistema Nacional de Investigadores Conacyt, nivel III. Ha recibido distintos premios y reconocimientos, como el Premio Anual Ignacio Manuel Altamirano, en 1994, y el Premio Nacional de Periodismo, en 2004.

Fue invitado como experto al grupo internacional que revisó los insumos técnicos que apoyaron la instalación de la Asamblea Constituyente en Bolivia, en el año 2006. Fue también consejero electoral del Consejo General del entonces Instituto Federal Electoral, de 1996 a 2003, en donde presidió por 7 años la Comisión de Administración del Consejo General de este órgano constitucional autónomo.

También consejero de la Judicatura del Distrito Federal en 2007 y en 2008, cargo en el cual realizó funciones de administración, vigilancia y disciplina en el Poder Judicial de la Ciudad de México. Fue también diputado federal de 2009 a 2012 en la LIX Legislatura, perdón, en la LI Legislatura. Diputado constituyente de la Ciudad de México también, en 2016-2017.

Actualmente se desempeña como investigador titular C, PRIDE: D, de tiempo completo, del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, y profesor de la Facultad de Derecho de esa misma casa de estudios.

Algunas de sus publicaciones, muy importantes también, en referencia a la materia es *Del Estado absoluto al Estado neoliberal*, publicado por la UNAM en 2017. *La Constitución de la Ciudad de México, análisis crítico*, también publicado en coedición del Senado de la República y la UNAM en 2017. *La nulidad de la elección presidencial*, publicado en México en 2018. *La seguridad interior*, también aquí en México, en 2019. *Ley General de Responsabilidades Administrativas, un análisis crítico*, del cual fue coordinador, publicado y editado también por la UNAM en 2019. *Teorías críticas y derecho mexicano*, coautor, publicado también en 2019. Y *Manual de derecho constitucional*, también publicado aquí en México en el año 2020.

Son, en suma, las semblanzas de nuestros ponentes, a quienes les agradecemos su presencia y comentarles que este foro para la audiencia que pueda conocer el formato involucra, en primer lugar, que los ponentes tengan siete minutos para su exposición inicial, donde puedan plantear algunos aspectos sobre las diversas propuestas de reforma electoral presentadas tanto por diputados, diputadas, como por el Ejecutivo federal. Acto seguido, los diputados y las diputadas tendrán hasta tres minutos para hacer las preguntas correspondientes, señalando al ponente o a la ponente a la que se dirigen y, posteriormente, los ponentes en el orden en que fueron señalados y también por las preguntas que se les formulen tendrán cinco o diez minutos para responder, esto en dos rondas de trabajo.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Entonces, esa es la mecánica que tenemos el día de hoy y si no hay inconveniente, vamos a darle el uso de la voz a Félix Vidal Mena Tamayo, que ya lo hemos presentado para que pueda brindar su exposición inicial, hasta por siete minutos. Así que Félix, bienvenido y muy agradecido de que estés aquí con nosotros. Adelante.

El ciudadano Félix Vidal Mena Tamayo: Muchas gracias a todos. Muchas gracias a este foro por habernos invitado, a la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, una industria que está comprometida por la sociedad mexicana, que tiene 100 años de existir y que siempre ha estado presente en todos los momentos importantes de la sociedad mexicana en estos años.

Pues bien, el tema que nos ocupa hoy son los tiempos de radio y televisión, los tiempos oficiales, los procesos electorales y en sus etapas. Al respecto quisiera yo hacer una semblanza de lo que son los tiempos de Estado y lo que se le da al llamado modelo de comunicación política que, por cierto, solamente incluye a la radio y la televisión y no otros medios, y que tiene su origen en lo que antes era la Ley Federal de Radio y Televisión, el cual se otorgaban 30 minutos diarios continuos o discontinuos al Estado, a veces para presentar temas de interés social.

Después se originó en el año de 1968 un decreto, una Miscelánea Fiscal donde se impuso un impuesto especial y único a los concesionarios de radio y televisión, en aquel entonces se le aplicaba a las empresas que prestaban servicios de interés público y pues prácticamente este impuesto iba dirigido a la radio y la televisión, fue dirigido a la radio y televisión y que es un impuesto que hasta la fecha sigue vigente, que siguen cobrándonos, 25% de los ingresos de las empresas, lo cual nosotros creemos que es un impuesto bastante excesivo y desequilibrado, sobre todo porque nosotros tenemos somos una industria con la cual competimos ya con otros medios y que llevamos una desventaja clara respecto a estos temas.

Bueno, en el caso del modelo de comunicación política en la reforma de 2007, 2006, 2007, se incluyeron los tiempos electorales, que en su momento se dijo que eran tiempos que ya la radio y la televisión otorgaban al Estado y que, por lo tanto, no era una carga adicional para los concesionarios, sin embargo, eso ya ha quedado ya atrás y nos hemos dado cuenta de que las cosas realmente no son así, porque nosotros los concesionarios tenemos que otorgar esos tiempos gratuitos, son millones de spots que otorgamos gratuitamente cada proceso electoral, sin contar los tiempos que son fuera de proceso electoral y esos millones de spots pues a veces, bueno, son administrados por el Instituto Nacional Electoral, pero muchas veces esos spots son repetitivos, son excesivos.

Siempre hemos pensado que los clientes que tienen la industria de la radio y la televisión ninguno tiene unas pautas tan largas, tan excesivas como el INE, porque para nosotros es como una entidad más, no es como antes cuando vendíamos tiempos, pues llegaba el partido, llegaba el candidato, lo contrataba y colocaba mediante una estrategia de más calidad que de cantidad. Ahora ya el modelo de comunicación política es de cantidad, ya no importa la calidad, van millones y millones de spots, se incluyen, se transmiten y la verdad es que la gente a veces no pone atención a estos mensajes ya.

De hecho, hemos recibido quejas en la defensoría de las audiencias, donde se quejan de la excesiva transmisión de spots repetitivos, a veces molestos, con el perdón de ustedes, pero sí creo que no abonan a un modelo de comunicación política eficiente.

Nosotros creemos que este modelo ya fue rebasado, ya estamos 15 años después de esa reforma de 2006-2007 y los medios de comunicación han cambiado sustancialmente. No podemos seguir pensando en lo que se pretendió regular en aquel entonces, si fue malo o fue bueno eso

fue en su momento, pero ahora ya los medios de comunicación son muy distintos, muy distintos.

Ahora tenemos medios de comunicación digitales que a veces tienen una penetración o una influencia a veces mayor que la radio y la televisión, pero aquí vuelvo a lo mismo, las campañas electorales deberían de ser más de calidad y menos de cantidad.

En el caso de los spots que nosotros emitimos, vemos que en la ley se establecen tres periodos, tres periodos más otros más, pero los tres periodos en proceso electoral son precampañas, intercampañas, campaña electoral, periodo de reflexión y el día de la elección.

Durante el periodo de precampaña ahora ya se les dan más spots a los partidos políticos, se les aumentó en la reforma de 2014, y también en el periodo de intercampañas antes no tenían tiempos de Estado y ahora también ya tienen tiempos de Estado. Se les otorga, si no mal recuerdo, el 50% de los 48 minutos diarios, pero en realidad, aparte de que son excesivos, es una cantidad enorme de spots, no hay campañas electorales.

Entonces a veces esto se vuelve un poco también litigioso, en tanto que muchos partidos políticos cuando presentan sus spots a su transmisión a veces se adelantan un poco a las campañas, pero bueno, mi tiempo se va a terminar y lo que sí me gustaría es que por favor se reflexionara y la Cámara de la Industria quiere que se reflexione, sobre este modelo de comunicación política, que se revise y que se nos permita a la radio y la televisión estar en condiciones similares a otros medios, que tengamos el piso parejo con los otros medios, que algunos de ellos son extranjeros inclusive y que ellos no tienen una regulación, una limitación a la libertad de expresión como tenemos nosotros.

En base a la prohibición de propaganda electoral o gubernamental, muchas veces se nos involucra en procedimientos de sanción que a veces son innecesarios, pero que los partidos políticos los inician porque algo quieren, algo quieren obtener de ello. Gracias.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muchas gracias, Félix Vidal Mena Tamayo, por esta primera exposición inicial. Más adelante regresaremos contigo para las preguntas de diputadas y diputados.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Vamos ahora a darle el uso de la palabra a Mariana de Lachica Huerta, que como mencionábamos, se encuentra vía Zoom. Agradecerle su presencia en este foro y comentar igualmente, que tendrá la oportunidad de hacer una exposición inicial hasta por siete minutos y posteriormente habrá tiempo para continuar el diálogo con las diputadas y diputados. Adelante, Mariana. Muy buenas tardes.

La ciudadana Mariana de Lachica Huerta (vía telemática): Buenas tardes a todas y a todos. ¿Me escuchan bien?

El moderador José Omar Sánchez Molina: Adelante, Mariana. Muy claro, gracias.

La ciudadana Mariana de Lachica Huerta (vía telemática): Gracias. Muy buenas tardes, diputadas y diputados, colegas especialistas y público que nos ve y nos escucha.

Es para mí un honor estar en este espacio de reflexión en la Cámara de los Diputados, a 15 años de la reforma electoral de 2007 que dio origen al modelo de comunicación política que hoy tenemos. Conocen el dicho: ¿si no está roto, no lo arregles? Frase que fue popularizada durante el gobierno estadounidense de Jimmy Carter y que implica que lo que ha mostrado, en este caso

15 años ya que sí funciona, no tiene por qué ocupar nuestro tiempo, recursos y energía para ser modificado, distrayéndonos de lo importante.

A juicio de esta servidora, la iniciativa presidencial hace lo contrario, se aboca a modificar lo que por años ha mostrado su eficacia en términos generales y en este plano debemos recordar cuál fue la intención del legislador en el año 2007, la cual por cierto es una de las grandes reformas que honran al Congreso de la Unión, lograr condiciones de equidad en la contienda a través del acceso permanente de los partidos políticos a los medios de comunicación social, exclusivamente en los tiempos del Estado, mismos que administraría y monitorearía para fines electorales una autoridad única el IFE.

La iniciativa del presidente de manera inexplicada en sus motivos modifica la distribución de los tiempos entre los partidos políticos y las autoridades electorales en las distintas etapas del proceso electoral, pero de manera más evidente y oprobiosa le hace un nuevo regalo a las televisoras, como si el decreto de los tiempos fiscales del pasado 2020 no hubiera sido suficiente con el impacto en el periodo ordinario que de por sí era escaso, para que ahora veamos perdidos entre millones dos spots partidistas cada tercer día en cada estación de radio y canal de televisión.

Me explico en términos cuantitativos respecto a la propuesta de reforma que a mi juicio no es más que una nueva ofrenda a los grandes empresarios de la radiodifusión mexicana, la iniciativa presidencial de un plomazo reduce de 48 minutos diarios a 30 minutos diarios el tiempo del Estado que va del inicio de precampañas y hasta la jornada electoral, tiempos que están destinados a la propaganda política y electoral de partidos políticos, sus candidaturas y a la difusión de las actividades propias de las autoridades electorales que tienen como destino la ciudadanía.

Sin justificación o motivación alguna le devuelve a la industria de la radiodifusión en detrimento de los derechos de los partidos políticos, candidaturas independientes y ciudadanía en general 18 minutos diarios en cada señal de radio y canal de televisión.

Vamos a poner como ejemplo el proceso electoral de elección de Presidencia de la República del pasado 2018, del inicio de la precampaña hasta la jornada electoral contuvo 200 días, 200 días por 18 minutos nos da un total de 3 mil 600 minutos. Ahora, multipliquémoslo por cada estación de radio y canal de televisión que hasta el momento en el catálogo nacional de emisoras de radio y televisión del INE existen y que son 3 mil 496 señales, ello nos da un gran total de 12 millones punto 5 mil minutos en un año de elección de presidente de la República, 12.5 millones de minutos para redondear, multiplíquelo ahora por el costo comercial más barato de la tele de su preferencia, de ese tamaño es el regalo al duopolio televisivo.

Yo, solamente dejo aquí una pregunta a los partidos y a los actores que personifican la representación popular en la persona de los diputados y las diputadas que nos que nos... esa es la cantidad de dinero que estarían dispuestos a ingresar a los medios de comunicación a través del mercado negro de información electoral, porque hoy a 15 años de la reforma todos los presentes sabemos que ese mercado existe y lo vemos aún en las sentencias de fondo de la Sala especializada y la Sala Superior en ejercicios de simulación y adquisición de los tiempos.

Ahora bien, por lo que se refiere a la iniciativa presidencial de elevar a nivel constitucional la duración de los spots electorales de 30 segundos a un minuto, ello me parece una propuesta falacia e innecesaria al tocar la Constitución, toda vez que en la Ley Electoral se encuentra ya contenida la duración de los mensajes que podrá ser de 30 segundos, 1 o 2 minutos, lo cual jamás se ha aplicado por resistencias de la propia industria. Así que si lo que se quiere es que existan spots de un minuto, es suficiente con reformar lo dispuesto en la Ley.

Por lo que se refiere a la misma iniciativa, en cuanto a la reducción de tiempos para las autoridades electorales, a solo el 10 por ciento de los tiempos, yo les pregunto, señoras y señores legisladores, si ustedes consideran irrelevante la necesidad de comunicar a la ciudadanía los medios de denuncia de faltas y delitos electorales, las fechas del cierre de inscripción o actualización de datos en el padrón y listas nominales, la fecha de la jornada electoral, las actividades de capacitación a funcionarios de casilla, la ubicación de las casillas, los medios de autoridades de defensa en los derechos político-electorales. Si es así, adelante con la reducción, que en muchos momentos del proceso me parece de por sí insuficiente.

Por lo que hace a la redistribución de tiempos entre las distintas etapas del proceso, nuevamente no encuentro los motivos para ello, insisto en que no detecto un problema que resolver.

Por lo que toca al decreto interpretativo del artículo 134 constitucional, y que la iniciativa presidencial retoma de manera un tanto alarmante, por lo que se refiere a la prohibición de la emisión de propaganda gubernamental desde el inicio de la campaña y hasta la jornada electoral, sí debo preguntarles lo siguiente: si un funcionario gubernamental, entiéndase gobernadora, presidente, alcalde, diputado compra tiempo en radio y/o televisión con recursos propios, privados, no públicos, entonces ¿es válido que durante la campaña hagan promoción personalizada y/o propaganda gubernamental? Perdón, pero eso es lo que dice la iniciativa.

En conclusión, no es dable arreglar lo que no está roto y el modelo de comunicación en su rango constitucional no está descompuesto. ¿Es perfecto? No. Y como todo el derecho electoral es perfectible y está vivo, requiere de una permanente actualización. Pero si bien requiere su revisión y mejora, lo dable es hacerlo en el ámbito secundario, es decir, en el de la...

Me explico a continuación, a manera de pregunta para la reflexión que ustedes, los representantes populares deben responder atendiendo al mandato y la investidura que ostentan.

Diputadas y diputados, senadoras y senadores, ¿quieren que los ejercicios de revocación del mandato del Ejecutivo federal y de consulta popular, solamente se comuniquen y difundan en los tiempos ordinarios de radio y televisión? Es decir, ¿solamente a través de dos spots cada tercer día en cada estación de radio y canal de televisión?

¿Consideran oportuno que los partidos políticos y/o los actores gubernamentales puedan y deban participar en estos ejercicios?

Más aún, ¿consideran que es congruente que, durante un ejercicio de revocación del mandato del Ejecutivo federal, el resto de los actores gubernamentales, legisladores federales, locales, alcaldes, gobernadores estén impedidos no solo a opinar sobre el ejercicio sino a comunicar sus tareas de gobierno y legislativas? Porque eso es lo que actualmente dice la ley.

¿Piensan ustedes que no es lo mismo, en términos de funcionarios de gobierno, una opinión personal o una crítica personal en el ámbito político o electoral que la posición oficial de una entidad de gobierno en la investidura de funcionarios públicos? Pues hay que pensar en cómo distinguir la comunicación y sus medios.

Considero que el reto mayor se encuentra en la regulación de las redes sociales y de las plataformas de radio y televisión con Internet, que si bien no son radiodifusión sí son telecomunicación.

Y, por ende, son de interés general como lo establece el artículo 6o. de la Carta Magna. En tanto son regulables y no para restringir más, aclaro, ni para vulnerar la libertad de expresión ni de opinión, pero sí para ponderar derechos y proteger a la ciudadanía en temas como el uso

indebido de sus datos personales a través de algoritmos que siembran propaganda indeseada o noticias falsas.

La propaganda e información que incita a la violencia en contra de las personas de instituciones o provoca inestabilidad política y social en la arena electoral. La inadecuada o imposible fiscalización de los recursos que se invierten...

El moderador José Omar Sánchez Molina: Mariana, si podemos ir redondeando, por favor, para poder pasar a la siguiente intervención, te pediría, muy amablemente. Gracias.

La ciudadana Mariana de Lachica Huerta (vía telemática): –Okey perdón–. Y, por último, el uso y el abuso de las cuentas falsas o robot que se usan para inducir tendencias en la comunidad. Es cuanto, muchas gracias.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muchas gracias, Mariana por esta primera intervención, más adelante regresaremos contigo, para las preguntas que hagan las diputadas y los diputados.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Bien, vamos ahora con Sandra Alcántara, de quién ya también nos permitimos leer su semblanza curricular, la experiencia que tiene en materia electoral en el ejercicio profesional así que, sin más preámbulo, Sandra, por favor, bienvenida y tienes el uso de la palabra.

La ciudadana Sandra Edith Alcántara Mejía: Gracias. Buena tarde a todos los presentes, a quien nos siguen en plataformas virtuales y a quienes ven, por supuesto, el Canal del Congreso.

Los mensajes en radio y televisión son elaborados por partidos políticos, candidatas independientes, coaliciones y estos se transmiten en los tiempos oficiales del Estado, conforme a la pauta que autoriza el Instituto Nacional Electoral, ahora nuestra autoridad electoral. En ese sentido, los actores determinan el tipo de mensajes y diseñan sus estrategias de comunicación.

La reforma que presenta nuestro presidente Andrés Manuel López Obrador, propone un giro importante al modelo de comunicación política, ya que se centra en seis principales ejes. Esto es, mensajes con duración no menor a un minuto, el objetivo de la propuesta es una difusión efectiva de mensajes propositivos de partidos políticos y candidatos independientes, ya que como todos saben el fin de un spot es informar a la ciudadanía de las propuestas, los posicionamientos, para que los electores o posibles electores tengan opciones y así puedan elegir la mejor oferta política.

Lo que ahora resulta ciertamente imposible con mensajes de 30 segundos, ya que todos los mensajes que se transmiten en radio y televisión deben de tener ciertas características, por ejemplo, si son de coalición tienen que nombrar a la coalición, tienen que nombrar el cargo por el que se compite y todo eso muchas veces resulta un poco imposible o restan minutos a los spots. Entonces, en este sentido la propuesta es que sean no menores a un minuto. La LGIPE ya contempla que las unidades de medida pueden ser 30 segundos, 1 y 2 minutos.

El segundo eje que propone esta reforma, es la reducción en tiempos en radio y televisión. Actualmente se cuentan con 48 minutos, de los cuales se reparten en 30 por ciento en acceso igualitario y el 70 de conformidad a la fuerza electoral que tenga cada partido. Este criterio no cambia, lo que propone la iniciativa es que se reduzca a 30 minutos los tiempos para los partidos y candidaturas independientes, el 90 por ciento para partidos y el 30 por ciento para la autoridad electoral... No, disculpen, el 90 por ciento para partidos y el 10 por ciento para la autoridad electoral.

En este sentido, la reducción en los tiempos de radio y televisión pretende crear un ambiente en el que la ciudadanía no se siente invadida por la lluvia de mensajes que se transmiten cada hora y que tengan una mejor recepción de las diversas propuestas políticas, así como una mejor continuidad y programación en los medios.

Sin duda esto se verá reflejado en los gastos o recursos que los partidos políticos destinan a la producción y construcción de mensajes, es decir, habrá una reducción en los costos de los procesos electorales. Por ejemplo, hay países en donde se prohíbe contratar publicidad en televisión y en casos como Chile se destinan 30 minutos de tiempos en radio y televisión y solamente usan los segmentos donde hay mayor audiencia.

El tercer eje que plantea esta reforma es, mantener la regla de que partidos políticos, candidatos independientes, candidaturas y cualquier otro ente, contrate por sí tiempos en radio y televisión. Esta norma prevalece ya que en el actual modelo... perdón.

La carencia de regulación de la compra en radio y televisión permitía que empresarios y asociaciones contrataran estos espacios para difusión de campañas negras, sobre todo. Y también, por otro lado, abre la puerta para la generación de recursos adicionales. Esto nace a raíz de la elección presidencial del 2006, donde recordemos que se compraban espacios, los partidos lo declaraban ante la autoridad, sin embargo, había bonificaciones o descuentos que hacían las televisoras y radiodifusoras, o descuentos, porque compraban spots en paquete y al final la autoridad nunca supo cuánto costó un spot para cada partido político.

Básicamente lo que busca este eje es seguir garantizando que ningún poder económico intervenga de manera ilícita en la compra de tiempos en radio y televisión para los procesos electorales que se lleven a cabo.

El cuarto eje es la segmentación de materiales. Lo que propone es que, de estos 30 minutos, 18 sean utilizados para difundir procesos internos y propuestas de precampaña. Los 9 minutos restantes son para mensajes programáticos, esto es mensajes genéricos. En periodo de intercampaña no cambia la regla de distribución, los 27 minutos se van a dividir en forma, en partes iguales entre los partidos políticos. Aquí las candidaturas independientes no tienen acceso, ya que la autoridad electoral está deliberando si se les otorga o no el registro a la candidatura.

En campaña electoral, sigue la forma tradicional de hacer el uso, cada quien difunde sus campañas y en veda electoral no se transmiten mensajes ni de partidos políticos ni de candidaturas independientes.

El quinto eje que propone es la reducción de los tiempos fiscales en radio y televisión para periodo no electoral. En cuanto a los tiempos fiscales permanece garantizado el acceso a radio y televisión de los partidos, al asignarse el 12 por ciento del tiempo total del Estado, para ello el cual corresponderá en su totalidad a partidos políticos.

El decreto presidencial por el que se reducen los tiempos fiscales, no trastoca los tiempos electorales, no hay una afectación a partidos políticos en la contienda electoral, ya que queda garantizado el acceso a radio y televisión. Es por ello que la Suprema Corte validó la reducción de los tiempos fiscales, toda vez que la Constitución hace una distinción entre tiempos fiscales para periodo electoral y para periodo no electoral.

Es importante mencionar, que esta reducción permite al Estado, a través del pago de impuestos de los concesionarios beneficiar a la población con apoyo a los programas sociales y, en consecuencia incrementar un número de beneficiarios. Por otro lado, es una forma de apoyar a

las concesionarias de radio y televisión, las cuales son fundamentales porque son medios masivos de información por excelencia. En este sentido, reducir el tiempo ordinario permite la difusión de contenido de entretenimiento, ya que frecuentemente después de un proceso electoral, los ciudadanos llegan a encontrarse cansados de la publicidad de los diferentes partidos políticos, derivado de la mal llamada espotización.

Como se puede observar, la reducción de tiempos fiscales en radio y televisión para periodo no electoral, no afecta los tiempos de los partidos ni de las autoridades electorales, pues está garantizado el acceso a estos medios y con ello también está garantizada la libertad de expresión, y también para nosotros, como ciudadanos, se nos garantiza el derecho a la información plural y oportuna.

Y el último eje que propone es, que prevalezca la suspensión de propaganda gubernamental en periodo electoral. Prevalece esta suspensión de conformidad a lo que ha interpretado el Congreso de la Unión y se trata de aquella contratada con recursos públicos por los sujetos obligados conforme al artículo 134 constitucional y su ley reglamentaria. Este punto es muy importante porque ha sido una lucha de años de evitar que el poder público y las personas servidoras públicas intervengan e incidan en las preferencias electorales; es decir, que haya un desvío de recursos públicos para favorecer a las candidaturas.

Actualmente se cuenta con otras herramientas de comunicación digital, como son redes sociales, sitios web, podcast, blogs, banners, ebooks que facilitan la difusión de contenido político-electoral, además de que ayudan a que los contenidos lleguen a un mercado más amplio de posibles votantes. Los partidos políticos y quienes ostentan candidaturas a cargos de elección popular utilizan estas herramientas como apoyo para difundir información. En este sentido la libertad de expresión se encuentra plenamente garantizada, no sólo el acceso a radio y televisión, sino que se complementa y se potencializa con redes sociales.

El modelo de comunicación política que actualmente nos rige considero que es bueno, pero es perfectible. Y esta reforma que se nos presenta contribuirá a la mejora de la democracia de nuestro país y, por supuesto, estos diálogos que se sostienen en estos foros dejarán puntos importantes en los que tenemos que seguir trabajando. Es cuanto.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muchas gracias, Sandra Alcántara, por esta primera intervención.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Vamos ahora a darle el uso de la voz al doctor Jaime Cárdenas Gracia. Antes, doctor, mencionar que está presente el diputado Benjamín Robles a través de la plataforma virtual. También ya está presente aquí en la sala el diputado Carlos Puente Salas. Está también el diputado Santiago Torreblanca. Bienvenido, diputado, buenas tardes. Y también el diputado Hamlet Aguilar Almaguer... Buenas tardes, diputado. Bien. Vamos con el doctor Jaime Cárdenas. Doctor, bienvenido. Tiene el uso de la palabra.

El ciudadano Jaime Fernando Cárdenas Gracia: Sí. Muchas gracias. Buenas tardes. Pues mi agradecimiento más sincero a la Junta de Coordinación Política de esta Cámara; al presidente de la misma, el diputado Rubén Moreira; y desde luego a todos los integrantes de la Cámara que nos acompañan esta tarde, ya sea de manera presencial o virtual. Desde luego a mi querido el diputado Leonel Godoy, al diputado Carlos Alberto Puente, al diputado Gallardo, al diputado Hamlet... García... al diputado Benjamín Robles, al diputado Santiago Torreblanca. En fin, a todas las diputadas y los diputados que atienden con su asistencia presencial o virtual este foro, esta reunión.

También agradezco mucho a mis brillantes compañeras de mesa, a Mariana, la maestra Mariana. Desde luego también a nuestra compañera que acaba de exponer. Igualmente a Félix

Salgado Tamayo, de la Cámara. Ha sido muy interesante escucharlos. Y siempre la ventaja del que queda al final pues es retomar lo que ya dijeron los expositores previos y las expositoras previas.

Y yo quisiera centrarme en algunos aspectos de esta... sobre todo de la propuesta del presidente, que fue muy bien explicada hace un momento en 6 puntos. Yo quiero decir que varios de los 6 puntos que están mencionados, que fueron mencionados por nuestra compañera... yo advierto que tienen importancia, que son trascendentes. Pero yo no puedo acompañar al señor presidente de la República con su propuesta de reducción de tiempos de radio y televisión de 48 minutos a 30.

Puedo entender, y aquí quiero ser reflexivo, puedo entender que tal vez lo plantea el señor presidente con el propósito, como se dijo aquí hace un momento, de apoyar a los medios de radio y televisión ante una crisis, una cierta crisis, que esto es lo que tendríamos que justificar. Realmente hay una crisis de los medios, de radio y televisión, por la emergencia de las plataformas digitales. Los medios digitales están sustituyendo a los medios de comunicación tradicionales y eso tal vez tendría que debidamente justificarse.

Yo, la verdad, carezco de algún documento, de algún estudio que demuestre hasta dónde los medios digitales están sustituyendo. Parece evidente, parece evidente, pero hasta dónde se tendría que hacer ese impacto para proponer una reducción de los tiempos de 48 minutos a los 30 que propone el señor presidente en su iniciativa del 28 de abril de este año.

En los demás temas yo sí coincido. Coincido, por ejemplo, en que en los *spots* ahora se proponga, aunque ya está previsto como se dijo también aquí en la legislación secundaria, que los spots sean al menos de un minuto. Podrían ser de dos minutos o tal vez de más tiempo.

También me parece interesante que se segmenten los tiempos, las etapas del proceso electoral. Que se distinga entre la precampaña, la campaña, la intercampaña, la veda, en fin. Y que se vayan asignando tiempos en cada una de esas etapas, eso me parece importante.

Creo que un tema en donde, por ejemplo, coincido con la iniciativa del señor presidente es en el tema de la propaganda gubernamental. Durante el procedimiento de revocación de mandato, que tuvo lugar hace unos meses, ustedes saben que, ante las autoridades electorales, tanto en el INE como en el Tribunal Electoral, la Sala Superior se pronunciaron sobre este tema de la propaganda gubernamental.

Yo desde lejos, desde la distancia que me da estar en el mundo hoy en día, en el mundo académico, yo sí advertí que las autoridades electorales –y lo digo con respeto hacia ellas– estaban interpretando el principio del artículo 134, del párrafo ocho, no como un principio constitucional. Esto que estoy diciendo no son palabras, sino como una regla jurídica.

Entonces, decían sencillamente las autoridades electorales: “Ah, tal autoridad expuso o dijo tal cosa. No está dentro de las excepciones de protección civil, de campañas de salud, por lo tanto, ha incurrido en una falta electoral”. Creo que ese error de haber entendido el principio del 134, del párrafo octavo como regla y no como principio, le impidió a la autoridad electoral hacer lo que se debe realizar cuando se trata de principios que pueden estar contrapuestos. Le faltó hacer a la autoridad electoral ponderación entre el principio del párrafo octavo del 134 con la libertad de expresión, con el derecho a la información.

Le faltó también a la autoridad electoral hacer la diferenciación que, por ejemplo, propone la iniciativa del presidente, en donde ressignifica lo que es la propaganda electoral. Dice la iniciativa del presidente: “Se entiende por propaganda electoral la propaganda contratada”. La

propaganda contratada. Y mucha de la información, por ejemplo, que se vertía en Las mañaneras o en otros espacios no era propaganda contratada, sino que obedecía a otro esquema.

Es verdad que se podían utilizar recursos públicos porque esas conferencias mañaneras se transmiten, por ejemplo, en los canales públicos, en el Canal 11, en el Canal 22, en plataformas gubernamentales, digitales, y ahí podía entenderse que había un esquema en donde se actualizaba el supuesto de propaganda. Pero, de todas maneras, no es lo mismo contratar propaganda, como se hacía, por ejemplo, en el gobierno del presidente Peña Nieto, en donde se contrató propaganda durante ese sexenio por cerca de 40 mil millones de pesos, a la propaganda que hoy en día contrata el gobierno, que es una cantidad muy inferior.

Entonces, bueno, en resumidas cuentas, yo considero que este aspecto de plantear de nuevo un tratamiento específico sobre la propaganda gubernamental es importante porque –voy concluyendo esta parte que estoy señalando– no es lo mismo la propaganda contratada, que la propaganda no contratada, no es lo mismo entender la norma del párrafo octavo del 134 como un principio, como una regla. Si es una regla es de todo o nada, se aplica o no se aplica, como no lo enseñó Ronald Dworkin, si es un principio se tiene que ponderar con otros principios constitucionales y convencionales.

¿Qué puede decir en general de la iniciativa del presidente y de lo que aquí se ha dicho? Yo me pronuncio por mantener el esquema de tiempo, es decir, mantener los 48 minutos en los procesos electorales. Me pronuncio también porque los spots sean mayores a un minuto de preferencia, debiéramos mediante una reforma tal vez secundaria, eso yo creo que puede ser posible, hay que estudiarlo, pero creo que sería posible combatir la spotización de la que aquí se ha hablado en la mesa y transmitir otro tipo de programas de los partidos, más programáticos, otros espacios más programáticos de mayor tiempo, en donde los partidos durante las campañas, por ejemplo, expusieran o difundieran sus plataformas electorales para que no todo

el tiempo del Estado, los 48 minutos se destinaran a spots, sino que se destinaran también a debates, por una parte, debates entre candidatos, los debates podrían ser tal vez obligatorios y también que se destinara una parte de los 48 minutos a programas largos, de tiempo largo, de 5, 10 minutos, en donde se diera a conocer la plataforma electoral de cada partido.

Respecto a los medios digitales creo que sí es importante que se tomaran en cuenta en una reforma a la legislación secundaria para distintos propósitos, pero en materia electoral lo que debemos tener siempre en mente, así lo considero, yo creo que estarían ustedes de acuerdo en lo que voy a decir, lo que debemos tener siempre en mente es salvaguardar la equidad en la contienda, la libertad del sufragio, el voto informado, los principios básicos que se desprenden del artículo 41 de la Constitución para que la elección sea democrática.

Entonces, creo que ese es mi comentario inicial en esta ronda de intervenciones. Manifiesto mi desacuerdo con la reducción de los tiempos de 48 a 30 minutos durante el proceso electoral. También manifiesto en contra de la spotización, creo que hay que hacer algo consistente para enfrentar la spotización, que eso consiste, desde mi punto de vista, en incrementar los programas con debates entre los candidatos y con mensajes programáticos de los partidos. Sí atender lo que señala la iniciativa del presidente, entender el párrafo octavo del 134 como principio para ser ponderado con otros principios y derechos constitucionales y convencionales, y tal vez también establecer en la legislación secundaria en materia electoral alguna regulación mínima, pero que sí garantizara o que propendiera a garantizar la equidad y la libertad en las contiendas electorales, pero sí, no estoy de acuerdo, absolutamente no estoy de acuerdo en darle un trato privilegiado a ese poder fáctico que en México representan los medios de comunicación electrónica, televisión y la radio, que le han hecho mucho daño a la democracia de este país y eso no lo podemos olvidar desde planteamientos democráticos y desde planteamientos de izquierda. Muchas gracias por su atención.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Gracias, doctor Jaime Cárdenas.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Con la autorización de la Presidencia, la siguiente parte del formato de diálogo Jucopo es que una vez que tenemos las exposiciones iniciales de nuestras personas ponentes, los grupos parlamentarios representados en la Junta de Coordinación Política puedan hacer preguntas hasta por tres minutos, para especificar a qué ponente o en su caso ponentes, dirigen la pregunta. Y en ese sentido tengo anotado al diputado Benjamín Robles, al diputado Carlos Puente, también tengo anotado al diputado Santiago Torreblanca y, diputado Leonel Godoy, sería el diputado Hamlet García Aguilar en la primera ronda. Hamlet García Almaguer, perdón, corrijo.

Bien, entonces pedimos al diputado Benjamín Robles Montoya, a través de la plataforma Zoom, que pueda plantear su pregunta. Buenas tardes, diputado. Adelante.

El diputado Ángel Benjamín Robles Montoya (vía telemática): Gracias. Buenas tardes a todas y a todos. Quisiera informarle e a los especialistas, a las ponentes y ponentes que en representación del Partido del Trabajo me encuentro desde el principio, desde que arrancó esta jornada de parlamento abierto, y agradeciendo mucho que nos ilustren con sus conocimientos.

Así es que, con la venia de mis compañeros diputados, los coordinadores de los distintos grupos parlamentarios, el presidente de la Jucopo, saludo con respeto a todas y a todos los diputados que hoy nos acompañan de manera presencial y telemática, y por supuesto reitero una cálida bienvenida a los ponentes que han abordado este tema de acceso a los medios de comunicación en materia electoral. Nuevamente sean bienvenidas, bienvenidos.

Comunicación efectiva en los mensajes que deben ser propositivos de los partidos políticos. A mí me parece que esa es la regla que impera en lo que yo llamo la iniciativa rectora que hoy

nos ha convocado a la realización del presente foro, iniciativa rectora la del presidente de la República, porque hay otras. El Partido del Trabajo, y espero tener oportunidad en una siguiente ronda de comentar al respecto, también ha presentado y hace una propuesta en este contexto.

Pero bueno, como ya lo han dicho ustedes, desde 2007 con la adición de los párrafos séptimo y octavo se fundó, se buscó, perdón, eliminar esa campaña negra que alguien ya comentó aquí, y por supuesto la contratación de espacios de radio y televisión que entonces, tanto partidos políticos, concesionarios y privados realizaban de forma discriminada, desproporcionada, inequitativa y ventajosa en pleno detrimento de una contienda justa e igualitaria.

Por eso, en esta parte mi querido Omar, me gustaría dirigirme a los cuatro especialistas invitados y decirles con todo el respeto que se merecen, atentamente yo les pregunto. En México, donde el modelo de comunicación política, así como la legislación en materia electoral, ha tratado de fijar las reglas del juego, aún tenemos muchos actores en un proceso electoral que siguen buscando recovecos y hurtadillas legales para sacar ventaja y figurar de forma masiva en el espectro de radio y televisión.

Aunque me quedó claro su postura, les pregunto para que aprovechen los cinco minutos que tienen para responder, ¿les parece más prudente e igualitaria la forma que la iniciativa rectora de este Parlamento, la del señor presidente de la República, busca distribuir los llamados tiempos oficiales? Y bueno, otro cuestionamiento, ¿será necesario que en la Ley General Electoral se castigue o al menos se prevea un catálogo sancionador que desincentive prácticas desiguales y ventajosas?

Debemos, pregunto a Jaime Cárdenas, ¿debemos endurecer el artículo 134 constitucional? Muy agradecido por las respuestas y tomaré nota. No es el momento de que los partidos nos

decantemos, hemos escuchado temas a favor y en contra, y les agradezco mucho su opinión. Gracias, Omar.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Gracias, diputado Benjamín Robles. Anotamos las preguntas que dirige a los ponentes en lo general y también la que le realiza al doctor Jaime Cárdenas. En un momento volvemos con ellos.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Es turno del diputado Carlos Puente Salas, coordinador de las diputadas y diputados del Partido Verde Ecologista de México. Buenas tardes, diputado. Adelante.

El diputado Carlos Alberto Puente Salas: Muy buenas tardes. Muchas gracias, Omar. Primero que nada, quisiera comenzar por darle la más cordial bienvenida a todos los panelistas expositores que nos hacen el favor de venir a aportar sus conocimientos, su experiencia en la materia, y sobre todo a opinar de un tema que sin duda resulta muy importante.

Quisiera comentar por destacar y comentarles a nuestros panelistas que este parlamento abierto nos lo hemos dado la oportunidad las y los diputados federales para poder abordar todas las propuestas que hay en la materia porque aquí solamente, reiteradamente solo se habla de la iniciativa del titular del Ejecutivo y eso puede tener cosas buenas, puede tener otras que compartimos y unas que no, pero la idea es, ¿cómo le pueden servir los tiempos oficiales a los mexicanos?, ¿de qué le sirven?, ¿realmente funcionan o no funcionan?, esa es la realidad.

Yo lamento, y lo digo de frente y tiro la piedra sin esconder la mano, que vengan panelistas a denostar, a hablar de la iniciativa del titular del Ejecutivo, pero además a levantar y a calumniar a los medios de comunicación, que es un regalo que se les quiere dar, no sé si sea regalo o no, ya lo decía aquí abiertamente Jaime Cárdenas, a ver no lo comparto y se vale, pero decir el

regalo que le quiere dar el presidente a los medios es de tanto dinero no, no es cierto, yo no lo veo que sea ningún regalo.

Lo que hay una realidad es que el señor el abogado Félix Vidal Mena, representante de Tv Azteca, de quien lo digo abierto fuimos compañeros cuando yo trabajé ahí y tiene una vida en experiencia en el tema, lo que dice aquí es real la spotización realmente a los partidos, al PRI, a Morena, al PAN, al PRD, a MC, al Verde, al PT, ¿nos sirve de algo?, creo que cada vez nos sirve menos, cada vez logramos una menor penetración, las audiencias se trasladan, se cambian.

¿Realmente logramos comunicar?, hagamos una encuesta, ¿cuáles fueron las tres principales propuestas de cada partido político de la pasada campaña?, a ver quién se acuerda de ellas, ¿qué tan efectivo fue?, podemos hacer los spots de un minuto, de 2 o de 3 y entre más largos menos los van a recordar, principio de publicidad, de comunicación, los mejores spots en la historia han sido de 10 o de 20 segundos.

Creo que sí nos debemos de replantear todo el modelo, ¿cómo podemos hacer para que ese tiempo que hay y que se destina sea verdaderamente atractivo y que le sirva al electorado, a las mexicanas, a los mexicanos para poder decidir? Conocer verdaderamente la plataforma política que va a llevar el partido, dejar de engañar a los ciudadanos de una vez por todas, que se den cuenta que el candidato a diputado en aquel distrito en dónde va a una comunidad que dice que va a hacer cosas que no lo ampara y no lo respalda la plataforma política de ese partido, los está engañando. Porque eso es de lo que está harta la ciudadanía.

Por eso, claro que vale la pena y tenemos que ir a una reforma electoral, pero se lo digo a doña Mariana que veo que tuvimos la oportunidad de coincidir en la reforma de 2014 cuando yo era senador, ella parece que trabajó en la redacción, no la recuerdo, de manera física y personal,

pero de decir, qué triste y qué lamentable que a manera de ejecutar un mandato de fustigar al titular del Ejecutivo y a los medios de comunicación no vengan a aportar, es un despropósito.

Yo le pediría que a quien la mande, que claramente tiene las huellas del PAN, pues mejor no vengan de todas maneras, ya nos dijeron que están en moratoria, ya nos dijeron que ellos no quieren trabajar. Ah, pero por el otro lado nos dicen -es que no vinieron los diputados no pasaron lista y los veo bajar de la comisión-, ya dije, -entonces no cobren si ya no van a chambear-, porque este parlamento es algo serio para México.

Estamos hablando de las elecciones, de cómo las podemos mejorar, de cómo elegimos a nuestros gobernantes y eso nos demanda seriedad para abordar el tema. No comparto la del Ejecutivo, bienvenido, pero dijimos -vamos a abordar todas-, hay propuestas de todos los partidos, sería bueno quitarlo, volver a la comercialización a través de la autoridad electoral, qué tiene de bueno y qué tiene de malo, cómo podemos quitar ese mito de los que ayudaron y no qué claro que se llegó a dar, pero como todo no podemos generalizar.

Démonos la oportunidad y tomémosla en serio, yo el tiempo que vengo e invierto sí me lo tomo en serio. A mí me parece una toma de pelo que venga alguien a manera de panelista a tratar de denostar a los medios de comunicación y a la iniciativa del titular del Ejecutivo, porque creo que a eso no venimos.

Se puede compartir o no. Están a favor o en contra, argumentarla, pero los ciudadanos no merecen que venga gente de esta manera a tomarles el pelo.

Mi pregunta para nuestros panelistas, ¿cuál sería, desde su experiencia, quitándonos ese chaleco de fuerza de estoy a favor o en contra del presidente? No, ¿cuál sería un modelo de comunicación política, vamos a quitarnos los tabús del pasado, al que aspiráramos?

Que realmente les sirva a los mexicanos a conocer: qué me oferta el PAN, qué me oferta el PRI, qué me da Morena, qué me da el PT, qué me da Movimiento Ciudadano o qué dice el Verde.

Porque lo que es más triste, el día de la elección, si hacemos una encuesta a la salida, pocos, muy pocos electores recuerdan o reconocen una propuesta. Por sus respuestas, a todos los panelistas, muchas gracias. Es cuanto.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Gracias, diputado Carlos Puente.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Vamos ahora con la pregunta o preguntas que en su caso formula el diputado Santiago Torreblanca. Diputado, buenas tardes, bienvenido. Adelante, por favor.

El diputado Santiago Torreblanca Engell: A ver, creo que el punto modular del modelo de comunicación es cómo garantizamos la equidad, transparencia y derecho a la información y cómo evitamos la compra encubierta en los medios de comunicación que existen. Cómo, pues la bolsita en efectivo a los medios para que esos conductores hagan menciones veladas o tengan un sesgo al transmitir información.

En general, por eso considero que no puede liberalizarse. Creo que aquí todas y todos estamos de acuerdo. Creo que la discusión es solo en los tiempos, en cuánto tiempo debe ser.

Pero, en mi punto de vista, muy particular, entre menor sea el tiempo oficial mayor tiempo es el mercado negro. Pero, más allá de eso, qué mecanismos, es una pregunta tanto para el doctor Fernando Cárdenas, para la maestra Mena Chica y para Sandra Alcántara. ¿Cómo garantizamos

o qué mecanismos podemos utilizar, no necesariamente constitucionales, sino a la Unidad de Fiscalización, el Reglamento de Fiscalización o la propia LGIPE? ¿Qué mecanismos podemos contemplar para evitar esas prácticas y sancionarlas? Es en primer lugar para los tres que acabo de decir.

En segundo lugar, una pregunta al doctor Cárdenas, yo creo, estoy convencido de que no puede violarse la equidad de la contienda y que en el momento en el que se faculta a un funcionario público a que en materias que no son estrictamente propias, de protección civil, servicios educativos, etcétera y/o no se ha contratado propiamente con recursos públicos pagados, ¿no cree que se considera y se incentiva la simulación?

Porque... un funcionario público es un recurso humano en sí mismo, tiene un reflector, usa medios oficiales, tiene un aparato de comunicación social y lo que debemos proteger es la equidad de la contienda, porque si no, acá viene un trato privilegiado, no solo para poderes fácticos sino para poderes constituidos. Entonces, ¿no cree que se generaría ese mercado negro? ¿También una inequidad de la contienda?

Y, segundo, yo discrepo, la regla del 134 es una regla, no es un principio constitucional. La Constitucional trae tanto principios como reglas y, en este caso en particular es una regla. Principios, es el principio de imparcialidad, el principio de equidad, pero en este caso es una regla.

Es cierto, la regla debe ponderarse con otros principios constitucionales, contenidos en la libertad de expresión y demás, pero esta es una regla particular y, en su caso, el Tribunal, caso por caso, deberá realizar ese ejercicio de ponderación, pero no de rajatabla eliminarlo sería peligrosísimo, especialmente por una democracia tan inmadura y con un poder público del partido que sea eh, tan abusivo como el que tenemos actualmente. Muchas gracias.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Gracias, diputado Santiago Torreblanca.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Es el turno del diputado Hamlet García Almaguer, para que a nombre de las diputadas y diputados de Morena pueda hacer sus planteamientos y, en su caso, preguntas. Bienvenido, diputado, buenas tardes.

El diputado Hamlet García Almaguer: Muchas gracias, buenas tardes a todas y todos los ponentes y a mis compañeras y compañeros legisladores. Por supuesto, al público que sigue este debate nacional.

Por la mañana hacíamos una pregunta que iba en forma de propuesta, ya que los partidos políticos reciben dentro del presupuesto anual una partida millonaria para una franquicia postal, que para el año 2023 va a ser de casi 17 millones de pesos para enviar cartas y pues ya nadie envía cartas. Además, hay 100 mil pesos para enviar telegramas, creo que ese es un modelo todavía más atrasado y que no se utiliza por los propios partidos políticos a nivel nacional o local.

En este momento me parece que estamos en transición en los medios de comunicación tradicionales y las nuevas formas o modelos de comunicación a través de medios digitales y eso lo revelan diferentes estudios. YouTube, por ejemplo, tiene mil 700 millones de visitantes únicos al mes, a nivel mundial, esto es más del 25 por ciento de la población mundial. En promedio un usuario de YouTube ve 19 minutos de videos al día. Quienes lo hacen a partir de teléfonos celulares ven en promedio 24 horas de videos al mes.

En México ya hay 750 millonarios de YouTube, es decir, creadores de contenidos que tienen más de un millón de suscriptores. El 67 por ciento de los mexicanos elevaron su consumo de

videos en YouTube a raíz de la pandemia. En una encuesta de preferencias la plataforma preferida para ver videos en 74 por ciento es YouTube y en segundo lugar con 44 por ciento es Netflix.

¿Qué ven los usuarios de YouTube? El 52 por ciento ve películas, el 42 por ciento ve series y un dato que me parece sorprendente, 40 por ciento ve videos educativos y 24 por ciento ve tutoriales, es decir, hay una gran población en este país y en el mundo que utiliza esta plataforma para educarse.

Además, hay una diferencia muy, muy importante, porque el cambio es tan acelerado que en los adolescentes, en los menores de 18 años estas cifras se colapsan y ahora ellos en 40 por ciento prefieren TikTok, ya no es YouTube la plataforma primordial para los menores de 18 años.

La ponente Sandra Alcántara mencionó algunos de estos puntos relacionados con las redes sociales en la parte final de su intervención y la pregunta es, si consideran que tendría que regularse la sesión de tiempos, para partidos políticos, para autoridades electorales en el uso de estas plataformas.

Aquí coincido con los comentarios tan acertados del diputado Puente, incluso, en YouTube las cortinillas son de 5 días o 15 segundos no más y uno ya nada más está esperando cuando den los cinco segundos para terminar el comercial. Les agradezco mucho.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Gracias, diputado Hamlet.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Hay varias preguntas que fueron lanzadas de manera general a los ponentes y también algunas con especificación, si no tienen inconveniente

les pediría a las personas que han participado que puedan tener hasta 10 minutos, para poder agrupar las preguntas que fueron presentadas por las diputadas, por los diputados, y en este caso iniciaríamos con Félix Vidal Mena, también para dar respuesta a las mismas. Adelante, Félix.

El ciudadano Félix Vidal Mena Tamayo: Sí, muchas gracias. Muchas gracias por las preguntas. Pues bien, viendo o yendo en orden como fue preguntándose, preguntaba el diputado Benjamín Robles, si en México sería bueno que se modificara el modelo de comunicación política. Bueno, también el diputado Carlos Puente, también mencionó estos modelos de comunicación política. Y aquí quiero aclarar, sí, en la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión estamos convencidos de que sí debe haber un cambio profundo en el modelo de comunicación política.

Debemos de hacer un análisis de ahora, un nuevo análisis actual de los medios de comunicación que actualmente existen en México y en el mundo, porque además mucha propaganda puede venir del extranjero, en los medios digitales que no tienen sus operaciones en México, pero nosotros no estamos a favor de una regulación total. No sé si sea conveniente o sí sea conveniente meter u obligar a los medios digitales que tengan también tiempo para el Estado. No sé si haya alguna base constitucional o legal para hacerlo, o alguna razón suficiente innecesaria para hacerlo, puesto que pues los medios digitales, también es cierto, de un momento están hasta arriba y al día siguiente pueden estar pues demeritados.

Mencionaba aquí el diputado Hamlet, creo que se fue él, de que muchos jóvenes están cambiando a Tik Tok, nada más están dejando YouTube. Entonces, el dinamismo de los medios de comunicación hace que la regulación no pueda ser tan fija, tan estrecha. Yo creo que lo mejor sería es, ampliar las libertades, las libertades de todos los medios de comunicación. Obviamente habría que fijar algunas reglas evidentes, pero no cualquiera.

Porque también otra de las preguntas era, de que hay simulaciones. Yo creo que las simulaciones se dan o no se dan con regulación o sin regulación, Si hay simulaciones, o sea, así tengan mil spots al día, pues si quieren hacer simulaciones lo van a hacer. Y yo lo que creo es que el modelo de comunicación política debe de ser pues eficiente.

Hace un rato lo decía, son miles de spots que van quién sabe a dónde, quién sabe quién los escuche, quién sabe si le ponen atención, parece ser que no, por lo que he escuchado en estos comentarios también y que es necesario plantearse, pero planteárselo en serio, verificar realmente qué es lo que sí funciona y qué es lo que no funciona y qué podría funcionar mejor, y vuelvo a lo mismo, que sea más eficiente, que no sea nada más un cúmulo de información, montón de información, insultos, reclamos, que así muchas veces son los spots electorales y por el bien de todos, de los medios de comunicación, de la sociedad. Este modelo de comunicación política sí tiene que ser más, pues más racional. Más racional, menos emocional, porque parece ser que nos rigen más las emociones que los raciocinios.

Se preguntaba que cuál podría ser el modelo de comunicación política y que realmente aporte a la comunicación política. Pues yo creo que el modelo de comunicación política, debe de ser enfocado a la libertad, a la plena libertad, de libertad de expresión, libertad de difundir ideas y de que todos los medios podamos difundir ideas.

Porque la regulación en materia de comunicación política actual, nos pone a la radio y a la televisión en una situación realmente desesperante. Nosotros tenemos que ser censores de los servidores públicos. Tenemos que ser censores del gobierno, de los diputados, de los candidatos, de los partidos políticos, por el temor de que el Tribunal o el INE, el INE inicie procedimientos de sanción, no solo por, pues porque no transmitimos un spot, que esos son

muchísimos los procedimientos de sanción por un spot. Transmitimos miles de spots, pero un spot, pues va, nos pasan a procedimientos de sanción escandalosos, caros, etcétera.

Pero por el otro, esta prohibición, esta prohibición que hay de adquirir tiempos en radio y televisión nos lleva al otro extremo, o sea, por un lado lo que se protege es que no haya simulaciones, pero la verdad es que por el otro limitan excesivamente la libertad de expresión, porque por cualquier manifestación que diga un servidor público, aunque no lo diga la radiodifusora, simplemente con el hecho de pasar una mañana, por ejemplo, donde el presidente dijo equis, equis frase, equis comentario. Ah, las denuncias. Ahí van las denuncias, porque el presidente de la República está haciendo propaganda gubernamental durante los periodos prohibidos.

Y nosotros nos preguntamos en la CIRT, o sea, el presidente de la República, siendo la persona más importante del país, siendo del partido que sea y sea que sea, pero esa es la institución unipersonal más importante del país, que los medios de comunicación tengamos que censurarlo, que tengamos que callarlo y no difundir lo que está promoviendo... Bueno, no promoviendo, más bien hablando, diciendo, informando, reuniendo cuentas en cualquier tiempo, porque la rendición de cuentas creo que no solamente se debe de dar fuera del proceso electoral, o sea, se debe de dar en todo momento. Y debe haber en todo momento porque la sociedad, la población necesita saber qué es lo que están haciendo los servidores públicos a los que les pagan sus salarios, ¿no?

Entonces, nosotros, yo creo que sí, un modelo de comunicación política efectivo sí debe de estar ampliamente... ha de ser ampliamente permisivo y no llegar a extremos como los que tenemos ahora, donde tenemos nosotros, como medios de comunicación, que censurar al presidente de la República, al gobernador de equis estado. Eso me parece vergonzoso, yo creo que es vergonzoso que uno tenga que hacerlo. Pero en el INE y en el Tribunal Electoral nos

han dicho: bueno, pues es que como no podemos sancionar a los servidores públicos pues sancionamos a los medios. Es más fácil sancionar a los medios. Okey. Los sancionamos y entonces ustedes ya se van a cuidar de que no se difunda información no conveniente para el proceso electoral.

Pero ahí me pregunto también cuál es esa información no conveniente para un proceso electoral, quién lo va a definir, ¿los otros medios? O sea, nosotros vamos ahí y tenemos que censurar de acuerdo con la corazonada que tengamos. Pensar cómo pensaría el INE, cómo pensaría el Tribunal Electoral. ¿Esto lo consideraría una propaganda, o no la consideraría? Entonces, digo, esto demerita la información que nosotros tenemos que dar. Creo que eso es importante.

El diputado Santiago Torreblanca mencionaba que si hay algunos mecanismos por los cuales pudiéramos eliminar pues prácticas irregulares. Creo que más o menos era la pregunta. Digo, no sé. Yo lo que sí creo que a veces el tribunal se toma muy en serio su papel. Digo, está bien, como autoridad. Pero a veces exagera demasiado.

Y aunque no haya algunos conceptos regulados en la ley, el tribunal los regula o el INE los regula. Ha habido amenazas inclusive del INE, donde dice: pues si el Legislativo no regula la propaganda gubernamental, una vez lo dijo, pues nosotros lo vamos a regular. Y sí se pone a hacer sus regulaciones, y cada vez más restrictivas, más restrictivas, y ahogan a los medios de comunicación.

Eso aunado a que los medios de comunicación, la radio y la televisión, a la cual represento, pues también está pasando por una época difícil precisamente por estos cambios en los medios de comunicación. Porque ahora cada vez tenemos más competencia, no solamente medios

digitales, también se abrió en materia de telecomunicaciones y radiodifusión se abrió a otorgar más concesiones, se han otorgado más concesiones.

Cada vez somos más radiodifusores, el pastel que nos queda, después de que invierten en medios digitales, pues nos queda ya muy reducido para los muchos que ya somos. Y que muchas veces, digo, y ése es otro tema en materia de radiodifusión y telecomunicaciones, pero muchas veces se abren las estaciones de televisión sin hacer un estudio de mercado, sin saber si realmente se requiere en una población equis tener más medios de comunicación, etcétera.

Todo esto hace que nosotros sí estemos cada vez más restringidos, tanto en nuestros derechos, la libertad de expresión, derecho de informar, como en lo económico. Además todas las medidas que se nos imponen continuamente. Hace rato mencionaba yo lo de los tiempos fiscales, un impuesto que fue instaurado en la época de Díaz Ordaz, en donde se reguló de una forma con un mecanismo distinto la libertad de expresión. Y creo que esos puntos son los que podemos mencionar aquí. Muchas gracias.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Gracias, Félix, por esta respuesta que has brindado.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Vamos ahora con Mariana de Lachica para brindar su respuesta también, hasta por diez minutos. Adelante, Mariana.

La ciudadana Mariana de Lachica Huerta: Muchas gracias, diputadas y diputados. En primer lugar, a las preguntas del diputado Robles. ¿Es la distribución que se propone la iniciativa presidencial más igualitaria? Yo considero que no. Definitivamente no, en tanto mantiene la regla... en tanto se mantiene la regla de distribución... del 70 por ciento y el 30 por ciento.

Que es la misma que para el financiamiento público. Lo único que hace es reducir los tiempos, a lo cual la consideración, creo que ha quedado claro por mi parte, no estoy de acuerdo en esa parte de disminución de los tiempos. Que afecta principalmente, por cierto, a los tiempos que están destinados a la ciudadanía, desde la comunicación de las autoridades electorales.

¿Habría que ampliar o hacer un catálogo sancionatorio al artículo 134? Yo considero también que no. Sí es cierto que ha habido un problema de muchísimos años en la interpretación y que hay excesos por parte de las autoridades electorales, también es cierto.

Entonces, ¿en dónde está o se puede resolver ese problema? En la claridad de los conceptos de propaganda gubernamental, recursos públicos, recursos públicos en términos personales, materiales y financieros, propaganda con fines electorales y ello es perfectamente atendible en la Ley de Propaganda Gubernamental. Me parece que ahí está la clave de eliminar esos excesos en la interpretación.

Respecto a los comentarios del diputado Puente, yo solamente comentar que este tema que comenta tan claramente sobre la espotización del modelo es precisamente un tema que la iniciativa del presidente lo combate. De hecho, él eleva a rango constitucional el formato de spot.

¿Dónde está el formato de los mensajes de los partidos políticos y en las autoridades electorales? En la Ley Electoral. Es perfectible y es modificable, por supuesto. ¿Cómo puede hacerse? Agrupándose los tiempos y tal vez dividiendo los tiempos en la Ley Electoral para que la mitad sea destinada y agrupada a los debates de fondo y sustantivo, absolutamente de acuerdo. Y así bajar la cantidad de los terribles spots que, coincido, en muchas ocasiones no abonan tampoco a la democratización del país.

Se puede también destinar una parte a spot y una parte a debate, o eliminar de plano el formato de *spot* y cambiarlo por otro tipo de mensajes. Eso está en sus manos.

Sobre la pregunta del diputado Torreblanca, cómo evitar el mercado negro de información que aún subsiste, yo considero que no es un tema tampoco de sanciones. Las sanciones han estado ahí desde el origen del modelo, cada vez son mayores, por cierto. Estamos hablando de cientos de millones de pesos en sanciones, tanto a los medios como a los partidos e incluso a los candidatos, a los privados, etcétera, y no se ha resuelto el problema.

Hubo una propuesta que está, de hecho, dable también en la Constitución, que es la famosa posibilidad de los bloqueos por concesión, como ya lo dice la Constitución. Bloqueo que en términos comerciales sucede y se vende, pero que en términos electorales ha sido imposible su implementación. Ello permite la diferenciación de contenido a los distintos candidatos y puede ser a través del formato, como ya lo dije, que no son *spots* y que deberían, es más deseable que sean debates.

Y sobre el comentario último del diputado Hamlet, yo no creo que sea viable, no lo sé, porque el modelo regulatorio de las telecomunicaciones al final también está en sus manos, pero tampoco veo deseable el regular los tiempos y si estos deben conceder al Estado tiempos para fines electorales de manera gratuita o de contraprestación, como en su momento se hizo con la radiodifusión. Eso amerita otro análisis.

Lo que sí debe y puede regularse a través de leyes secundarias es el tema de las restricciones no en términos de coartar ni atentar contra la libertad de expresión, sino como ya lo dije, en términos de impedir cuestiones incorrectas que suceden en la comunicación electoral, como la incitación a la violencia contra personas o instituciones, el uso indebido de datos personales, la

propaganda falsa, la inadecuada o imposible fiscalización, porque los recursos que se invierten no son transparentes, lo son en algunas redes o plataformas, pero no en todas y el uso y el abuso de las cuentas falsas o las cuentas robots que inciden en la comunicación política.

Me parece que ello también es perfectamente atendible a través de una reforma profunda en el modelo a la Ley Electoral, sin tener que tocar la Constitución. Muchas gracias.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muchas gracias, Mariana, por estas respuestas brindadas.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Vamos ahora con Sandra Alcántara, también para poder participar en esta ronda de diálogo. Adelante, hasta por diez minutos.

La ciudadana Sandra Edith Alcántara Mejía: Gracias. En cuanto a la primera pregunta sobre la distribución equitativa de los tiempos en radio y televisión, la respuesta es no, no es equitativa, tenemos un piso parejo en donde los candidatos, candidatos independientes y partidos políticos pueden acceder de manera igualitaria y tenemos un 70 % que se les otorga de acuerdo al porcentaje de votación que obtuvieron en diputaciones locales o federales inmediatas anteriores al proceso en el que se encuentre.

Lo que sí creo es que la reducción y la propuesta de que los mensajes no duren menos de un minuto, es que pueden haber mensajes de hasta cinco minutos que pueden pasar una vez al día en los horarios en donde hay mayor audiencia y los partidos pueden hacer sus propuestas donde se les vincule con la gente, donde en lugar de atacarnos los unos con los otros, nos vinculemos con los problemas reales que existen. Yo creo y me parece que habrá muchos o más de uno aquí que conoce alguien que está harto los spots en campañas electorales. Eso en cuanto a la primera pregunta.

La segunda que se desincentiven las prácticas ventajosas, ya se hace. En cuanto a radio y televisión la autoridad electoral las castiga, me parece que el problema está en cómo comprobar que están esas prácticas ventajosas, porque nosotros podemos ver que a lo mejor en un programa periodístico se difunde una entrevista a equis candidato y esa entrevista la repiten todo el día. Yo ¿cómo compruebo que hubo una compra? Que aparte si no hay transparencia por parte de los medios de comunicación o incluso de los mismos presentadores, creo que ese es el problema, porque las sanciones existen.

Respecto a cuál sería un modelo de comunicación política deseable, yo creo que tendría que ser uno en donde los tiempos se utilicen para establecer un arraigo de la población con partidos políticos, donde realmente nos sintamos representados y que haya credibilidad de quienes emiten los mensajes y, sobre todo, que sean de un interés real de los electores.

El mejor ejemplo que podemos tener es la elección presidencial de 2018, Morena tenía escasos spots al día, el PRI me parece que es quien tenía la mayor parte de los materiales en radio y televisión y aún así nuestra oferta política, la oferta política del presidente fue la que ganó, pero porque creo que estableció estos tres elementos: llegó a la ciudadanía, se enfocó en los problemas reales de la sociedad, que hay grandes desigualdades y, sobre todo, que les dio credibilidad al sentido de sus mensajes.

Mecanismos para contener el mercado negro de las campañas políticas, ya los hay. E, insisto, el problema es comprobarlos. Creo que ahí es donde los partidos políticos topan y la autoridad electoral también.

Consideramos la regulación de tiempos en el uso de redes sociales. La regulación a redes sociales ya se encuentra, yo creo que más bien, bajo mi punto de vista, es regular la fiscalización

en redes sociales. ¿Cuánto puede un candidato o un partido político destinar para la difusión en redes?

Hay partidos a los que no les importa tanto el tiempo en radio y televisión, porque les apuestan más a las redes, porque los jóvenes prefieren ver Tik Tok a escuchar un mensaje en radio o en la televisión o ver diez comerciales seguidos donde los partidos políticos nos estamos atacando. Entonces, creo que se debe regular cuánto dinero le pueden meter los partidos y candidatos a las redes sociales, y ya se regula el contenido en cuanto a tiempos.

La autoridad se fija que los mensajes sean acordes al tiempo electoral en el que se encuentran. Ya regula que no ejerzan violencia política en razón de género. También regula la protección al interior superior de la niñez. Entonces creo que más bien es la parte fiscalizadora la que se tiene que regular. Es cuanto.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muchas gracias, Sandra, por tus respuestas a las preguntas planteadas.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Vamos ahora con el doctor Jaime Cárdenas, igualmente hasta por diez minutos para brindar respuesta a los cuestionamientos planteados. Adelante, doctor.

El ciudadano Jaime Fernando Cárdenas Gracia: Muchas gracias y nuevamente muy complacido y agradecido por esta invitación a participar en este foro, que lo entendí y así creo que lo entendemos todos, como un espacio de libertad de manifestación de ideas, de argumentos, a veces más justificados o menos justificados, pero así yo entendí el foro al que me han invitado.

Voy a tratar de hacer algunos comentarios sobre las observaciones, preguntas, opiniones de los diputados. Comienzo con el diputado Benjamín Robles, del PT. Creo, diputado, y me imagino que usted coincide en esto, que todo modelo de comunicación política electoral debe estar orientado por esos dos grandes principios de la Constitución reconocidos en el artículo 41, que son la libertad y la equidad, no solamente la libertad, no solamente la equidad, sino ambos, y buscar la armonización entre estos dos grandes principios.

Usted me dice que si es conveniente revisar los tipos de responsabilidad administrativa y las sanciones en torno al 134, párrafos séptimo y octavo de la Constitución. Yo creo que sería conveniente, o sea, no debemos cerrarnos a una posible revisión. Desde luego esa revisión debe estar orientada por esos principios de libertad y de equidad como lo manifesté durante mi participación.

Yo estoy convencido de que, en los pasados, en el pasado proceso de revocación de mandato la autoridad electoral debió ponderar las normas del 134, el párrafo séptimo y el octavo, con otras normas constitucionales y convencionales y no lo hizo.

Algo que me parece importante destacar es que hay ciertos derechos humanos, como usted bien lo sabe, los que están reconocidos en el artículo 29, párrafo dos de la Constitución, que nunca pueden suspenderse. Uno de esos derechos es el derecho a la información. Entonces un proceso electoral no puede suspender la obligación de la autoridad de informar a los ciudadanos sobre el asunto público.

No puede llegar la suspensión de ese derecho o la limitación del derecho a la información a tal grado que se menoscabe la obligación de la autoridad a informar, porque eso, creo que, entre otras normas constitucionales, podría vulnerar el artículo 29, párrafo dos de la Constitución, sus derechos que no pueden ser nunca suspendidos.

Y, sí creo que el gran problema en materia de financiamiento, de prerrogativas en general es el asunto del dinero negro en las campañas, en los procesos electorales, las contrataciones por debajo de la mesa que existen entre medios, periodistas, candidatos y partidos. Ese es el gran problema y qué hacer ante eso, eso que se llama la adquisición de tiempos, yo creo que hay que ir pensando en medidas, una de esas medidas -sé que es difícil- consistiría, por ejemplo, en bancarizar todos los ingresos y egresos que realizan los partidos políticos en un proceso electoral, tal vez nuestro sistema bancario no esté apto, no sea todavía, no sea un sistema bancario de primer mundo que permita esa bancarización, pero debemos evitar, por ejemplo, en la legislación secundaria el uso de dinero en efectivo, el uso del dinero o recursos en especie y toda transferencia, todo ingreso, todo gasto debiera estar bancarizado. En principio bancarizado todo lo que sea posible.

Respecto a los comentarios del diputado Puente Salas, apreciado diputado debo decir también como el diputado Benjamín Robles y todos ustedes, él dice, el diputado Moreira, todos, el diputado Godoy, todos, y las diputadas, todos, con mucho respeto, sí él está preocupado por la spotización, creo que todos los que hemos intervenido en esta mesa, los invitados hemos manifestado nuestra predilección por los debates no por la spotización, hemos manifestado nuestra preferencia porque se transmitan en los mensajes de los partidos plataformas electorales y no spots de 30 segundos o de un minuto, creo que ahí hay una gran coincidencia entre todos nosotros.

Es cierto, diputado, tiene usted razón, el presidente López Obrador no ha sido el primer presidente que ha disminuido los tiempos fiscales después del decreto de 1968 del presidente Díaz Ordaz. El presidente que lo hizo en 2002 fue Vicente Fox, primero en 2002, y el 24 de abril de 2020 en un decreto lo hizo el presidente López Obrador, yo como le manifesté no estoy de acuerdo en esa reducción ni de tiempos fiscales ni de tiempos oficiales, por supuesto no

estoy de acuerdo en volver a la situación previa a 2007 cuando los partidos y las personas podrían comprar tiempos en radio y televisión, creo que hemos superado esa etapa para bien, claro nos lo podemos preguntar siempre y podemos reflexionar sobre ese punto, pero yo no estaría de acuerdo en volver a la compra de spots o de tiempos en radio y televisión.

Respecto al comentario, las observaciones, las posturas, las preguntas del diputado Santiago Torreblanca, yo estoy de acuerdo con él hay que evitar las simulaciones. Él en concreto se refería principalmente cuando me aludió al asunto del 134, del párrafo octavo y la propuesta del presidente para que pueda informarse durante procesos electorales aún en campañas elementos o datos o informes que tengan que ver con la administración pública, que como se lo manifesté hace un momento al diputado Benjamín Robles yo creo que hay ciertos derechos que no pueden suspenderse y el derecho a la información es uno y la obligación que tiene, la obligación correlativa el gobierno de los tres niveles de gobierno de informar sobre sus tareas, sobre sus funciones, sobre el ejercicio de sus atribuciones a los ciudadanos.

Entonces, yo creo que eso no se trata de una simulación. Hay que decirlo con toda claridad las autoridades debieran poder informar a los ciudadanos lo que ocurre en su gestión, en el ejercicio de sus atribuciones siempre y cuando, desde luego, esa información no implique promoción a favor o en contra de un partido, no se llame a votar a favor de un partido, de un candidato o en contra de un partido o un candidato.

En cuanto a ese tema técnico, jurídico, que él sostiene que el artículo, el párrafo octavo del artículo 134 es una regla y no un principio, como yo dije.

Bueno, debo aclarar lo que yo entiendo por regla jurídica y por principio. Una regla jurídica es una norma jurídica que contiene los tres elementos clásicos expuestos por Kelsen: antecedente,

cópula deber ser, consecuencia, es decir, una norma jurídica que tiene, además del antecedente del deber ser, pues tiene la sanción, la consecuencia jurídica incorporada.

En cambio, un principio jurídico no trae aparejada en la norma jurídica la consecuencia, es un deber ser, no hay un antecedente como en la regla. Y tiene otra característica muy importante, que es la indeterminación.

Por eso, como él lo señaló, aunque él sostiene que regla, de todas maneras, aunque fuera regla, dice él, se tendría que ponderar con el resto de las normas constitucionales y convencionales, con principios como la libertad de expresión, como el derecho a la información.

Creo que, bueno, es un debate donde seguramente no terminaríamos de discutir. Pero cuando yo hablé de principio, estaba pensando en Ronald Dworkin, en Robert Alexy, en Robert Alexy, principalmente. Estaba pensando en ese tipo de normas que no traen aparejada consecuencia jurídica y que son indeterminadas.

Y sí, diputado, como ya lo dije respecto a la pregunta del diputado Benjamín Robles, creo que una buena idea en la legislación secundaria podría entrañar, ojalá que ustedes acompañen esa reforma, bancarizar todos los recursos que se emplean en un proceso electoral, tratar de hacerlo.

Sé que tal vez en comunidades muy alejadas, donde no hay bancos, va a ser eso difícil, pero nuestro sistema electoral debe tener bancarizados los recursos que se emplean en las campañas.

Respecto, finalmente, a los comentarios muy interesantes del diputado Hamlet García, por qué debieran regularse los medios digitales. Bueno, me surgió esa pregunta. Pues como en los medios tradicionales, electrónicos de radio y televisión usan el espacio radioeléctrico, entonces, el espacio radioeléctrico es un espacio que es, por ejemplo, como dice ahora la propuesta de

Constitución chilena, es un espacio inapropiable. Entonces, deberían pagar por eso y pueden pagar el radio y la televisión en especie.

Y sí, yo coincido en que debiera regularse. Por ejemplo, pensando en algún caso, no voy a singularizarlo, pero me tocó estar presente. No fui ni abogado, ni a favor ni en contra, pero sí estudiar un caso que hubo en un estado de la República, en donde la mayor dificultad consistió, respecto a los medios digitales, en conocer los contratos y los convenios.

Yo creo que se podría establecer en la legislación secundaria que los contratos que se celebren con los medios digitales, con las plataformas digitales deben hacerse públicos, deben informarse a la autoridad electoral para que pueda facilitarse el proceso de fiscalización.

Pues muchas gracias por todas sus preguntas, fue un placer estar esta tarde con ustedes. Les agradezco mucho su atención.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muchas gracias al doctor Jaime Cárdenas.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Presidente, tenemos anotados para una segunda ronda al diputado Benjamín Robles, al diputado Fausto Gallardo, que se encuentra aquí presencialmente, el diputado Santiago Torreblanca y al diputado Leonel Godoy.

Si no tienen inconveniente, damos inicio a esta segunda ronda, pidiéndoles que por el tiempo también que tenemos disponible pudieran formular pregunta al ponente o a la ponente a la que se lo dirigen, señalando especialmente esta indicación, si no tuvieran inconveniente, diputadas, diputados. Y, en consecuencia, vamos de manera virtual con el diputado Benjamín Robles. Adelante, diputado, hasta por tres minutos.

El diputado Ángel Benjamín Robles Montoya (vía telemática): Gracias, mi querido Omar. Y gracias también a nuestros invitados, a nuestras invitadas por sus respuestas. Quería conocer y dar tiempo también para que abundaran en sus propuestas, en sus reflexiones, pero en esta ocasión ya no participaría en una tercera ronda, solamente en esta segunda y dirigiría mis preguntas al doctor Jaime Cárdenas, de nueva cuenta.

Un poco insistiendo en el tema de las redes sociales, que ya Sandra creo que hizo alguna reflexión, pero nos preguntamos algunos, si en materia de redes sociales habría que ir a fondo en lo que muchos vemos como un vacío jurídico que es aprovechado por actores y que se necesitaría quizá regular su participación activo en un proceso electoral, y me gustaría conocer el punto de vista del doctor Cárdenas.

Y como lo dije en mi intervención anterior, si bien hay una iniciativa rectora que es la del señor presidente de la República, en el PT también presentamos una propuesta que aborda pues propuestas para modificar la fracción III del artículo 41, porque propone que del total del tiempo establecido como derecho de los partidos políticos, tanto ordinario como en tiempo de campaña, se destine la parte proporcional que equivalga a la mitad de este al tema de las mujeres, y quisiera conocer qué opina el doctor Cárdenas en este sentido.

Pero también, de que nosotros proponemos en esta iniciativa del Partido del Trabajo que se evite el uso, nosotros planteamos que se evite el uso del lenguaje ofensivo que pueda generar violencia política en razón de género, además de que la propaganda política y electoral deje de usar este tipo de violencia verbal, pero sí utilice el lenguaje incluyente, conocer las reflexiones que le parezcan al doctor Jaime Cárdenas. Muchísimas gracias, mi querido Omar.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Gracias, diputado Benjamín Robles.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Vamos ahora con la pregunta que formula el diputado Fausto Gallardo. Diputado, adelante, por favor.

El diputado Fausto Gallardo García: Muchísimas gracias, secretario. Inicio saludando a los compañeros que se encuentran presentes el día de hoy aquí, lo hago extensivo también para los compañeros y las compañeras que se encuentran de manera remota conectados. Damos la bienvenida, por supuesto, a los panelistas a este ejercicio de foro parlamento abierto y daré inicio con mi participación.

Durante años el papel de los ciudadanos se había limitado a elegir una opción política cada tres o cada seis años, sin embargo, eso ha cambiado notablemente en los últimos tiempos.

Hace una década los medios de comunicación tradicionales, como la radio y la televisión limitaban el papel ciudadano al de un espectador, pero hoy el Internet y las redes sociales lo han transformado en un actor que a diario tiene la posibilidad de interactuar con sus representantes, transformando la relación de la ciudadanía con lo público.

No obstante, que hoy la radio y la televisión ya no son la única vía para que los partidos políticos y las y los candidatos puedan llegar en mensajes relacionados con su visión de los grandes temas nacionales y con su oferta electoral, sigue siendo importante que quienes buscan ganarse la confianza del electorado tengan acceso a una determinada cantidad de tiempo al aire.

Me gustaría dirigir esta pregunta, si me lo permite, al doctor Jaime Cárdenas, ¿cuál es la justificación para que exista una distribución distinta de tiempos oficiales en medios de comunicación para partidos políticos de acuerdo a los resultados de las elecciones anteriores, si el objetivo es tener una competencia justa y equitativa, donde se escuchen todas las propuestas de igualdad de condiciones? Hasta ahí mi participación, muchas gracias.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Gracias, diputado Fausto Gallardo, por el planteamiento que hace, ahorita vamos a darle la voz al doctor Jaime Cárdenas, para responder.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Vamos ahora con el diputado Leonel Godoy, para plantear sus preguntas. Adelante, diputado, muy buenas tardes. Vamos a dar un momento. Ah, ya viene el diputado Santiago Torreblanca. Recordar que estamos en vivo en la transmisión del Canal del Congreso de la señal de la Cámara de Diputados, también por los medios digitales disponibles y agradecer a la audiencia este seguimiento a los foros de parlamento abierto. Continuamos el jueves también con un foro importante sobre democracia participativa para que lo sigan por la misma señal. Diputado Santiago Torreblanca, es el turno para que pueda formular su pregunta en esta segunda ronda.

El diputado Santiago Torreblanca Engell: Ah, no, no, es que no es pregunta, pero ya solo es conceptualización, porque ni Hard, ni Dworkin, ni Alexis, Robert Alexy, ya le estoy poniendo una ese, ni Atienza, implican que una regla tenga que tener una sanción, más bien la regla es aquella norma que es taxativa, que se cumple o no, y si uno lee el artículo es taxativo por completo. El párrafo que estaba diciendo, un 34, dice: la propaganda bajo cualquier modalidad de comunicación social que difundan como tal los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y las entidades de la administración pública y cualquier otro ente entre los tres órdenes de gobierno, deberá, taxativo, tener carácter institucional y fines informativos, educativos, orientación social. En ningún caso, taxativo, esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servicio público. Para mí es una regla clarísima en un principio. Los principios son mandatos de optimización, que no es el caso, pero bueno, es solo esa pequeña acotación.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muy bien, diputado Torreblanca.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Vamos entonces con el diputado Leonel Godoy Rangel, para formular su cuestionamiento. Adelante, diputado.

El diputado Leonel Godoy Rangel: Muchas gracias, secretario. Primero aprovecho para en nombre de nuestro partido de Morena, agradecer la presencia de los ponentes. Muchas gracias, Félix. Muchas gracias, Sandra. Muchas gracias, Jaime. A Mariana que está por vía remota. Les agradecemos mucho.

Y yo quiero iniciar diciendo que, para mí, como ayer también lo comentaba, en la integración de los Congresos federal y locales, el debate y las propuestas que ahí se hicieron, eran una justificación suficiente para una reforma electoral que algunos no han aceptado todavía. Y hoy, en este tema de Asignación y distribución de tiempos oficiales, me parece que también demuestra plenamente que sí debe haber una reforma electoral.

Esto que se ha denominado spotización. Creo que ya es un reclamo generalizado de las mexicanas y de los mexicanos, que tiene que terminar, porque no se logra el propósito de enviar un mensaje al pueblo de México de qué plantea cada partido, cuál es su programa. Entonces, yo coincido que esto debe de concluirse, tienen que establecer nuevas reglas, el asunto del tiempo de duración.

Es cierto que se dice que ya 10, 15 segundos es lo que las audiencias ahora le ponen atención a un mensaje. Yo pienso diferente en el tema de la cultura en general y de la cultura política en particular. Creo yo que entonces los spots tienen que dejar de utilizarse y se tienen que mandar mensajes, mensajes cortos si quiere, pero mensajes.

No creo yo también, y lo quiero comentar, que deba de continuar los medios alternativos o digitales sin una regulación. Y no me quiero referir al contenido, a la libertad de expresión, me quiero referir a las empresas que lucran, que tienen y tienen derecho de obtener ganancias con los tictoks, con los instagrans, con los facebook, con los twitters, todo esto que son las famosas redes sociales, yo creo que sí se tiene que regular para que también estén obligados como empresas, no en el tema de la libertad de expresión, sino como empresas deben de someterse a la ley.

Finalmente quisiera comentar que es una asignatura pendiente en nuestro país la democratización de los medios de comunicación. Urge que los derechos y obligaciones se actualicen. La realidad política cambiante del país obliga a que esto ocurra. Porque lo que vemos todos los días es totalmente inequitativo, los espacios para nosotros en los medios de comunicación. Yo casi todos en los programas de análisis que veo nunca hay un representante de nosotros, en cambio pues sí están analistas políticos —que tienen derecho de estar, pero también nosotros— de otros partidos políticos. Entonces democratizar los medios de comunicación es un tema pendiente que rebasa esta reforma electoral, pero lo quiero dejar sentado aquí.

Por eso yo preguntaría a Félix y a Jaime qué piensan en el tema de los spots. ¿Deben de desaparecer? ¿Deben de continuar con nuevas reglas, ante este hartazgo ciudadano de estos millones de spots que vemos en tiempos electorales? Muchas gracias. Y nuevamente agradecemos su asistencia a este foro 16.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muchas gracias, diputado Leonel Godoy Rangel.

El moderador José Omar Sánchez Molina: En consecuencia, iríamos, si no tienen inconveniente, diputadas y diputados, primero con Félix Vidal Mena, para brindar respuesta al

planteamiento del diputado Leonel Godoy, hasta por cinco minutos. Y posteriormente cerraríamos con el doctor Jaime Cárdenas, hasta por diez minutos, para responder los tres planteamientos, dos en forma específica, y siempre es continuar el diálogo sobre este debate que hay entre los teóricos del derecho sobre reglas y principios, nunca se va a acabar, pero hay que continuarle. Así que Félix, adelante, por favor.

El ciudadano Félix Vidal Mena Tamayo: Sí. Gracias, gracias, diputado Godoy. Bueno, pues es difícil no decir que los spots sí... en mi concepto deberían de desaparecer, al menos en la cantidad que hay. Y no sé si los 30 minutos que se proponen en la reforma del presidente también serían muchos. Yo creo que sí serían muchos.

Regularmente las campañas publicitarias, como decía yo al principio, requieren más calidad más que cantidad. Yo puedo ver, podemos ver que muchas campañas se difunden por medios distintos, incluida la radio y la televisión, pero otros medios se coordinan entre ellos. Bueno, las agencias publicitarias coordinan otros medios para hacer una publicidad eficaz.

El tener sólo spots, spots y spots yo creo que no es una buena forma de comunicar. No es que no sirvan, sí sirven. Digo, nosotros estamos a favor de que se... pero que los compren, no que sean gratuitos. Y que se compren para que sean colocados donde cada personaje o cada ente quiera ubicarlos, de acuerdo con la audiencia a la que quiere llegar, de acuerdo con el número de gente a la que quiere llegar, etcétera. Entonces, sí, yo creo que los spots no son malos en sí, pero hay que hacerlos bien y hay que planearlos de una forma distinta, y no hacer tantos spots. Gracias.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muchas gracias, Félix, por tu respuesta a la pregunta planteada.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Cerramos esta serie de cuestionamientos y respuestas con la participación del doctor Jaime Cárdenas Gracia, para brindar respuesta a los dos planteamientos que habíamos comentado. Y, como siempre, continuar con las ideas y las deliberaciones. Así que, adelante, doctor, por favor.

El ciudadano Jaime Fernando Cárdenas Gracia: Sí, muchas gracias. Creo que fue muy interesante la intervención del diputado Benjamín Robles, a partir de la iniciativa que presentó el Partido del Trabajo, que hay que decir que es una iniciativa que tiene elementos que deben destacarse. Yo destacaría, por ejemplo, de esa iniciativa todo el enfoque de género que tiene la iniciativa del PT, por eso es importante.

Él pregunta en concreto, como lo hizo también el diputado Gallardo, y voy a tratar de reunir los dos comentarios, con el respeto debido a cada uno de ellos, en uno. Creo que sí es importante, siempre en cualquier sistema electoral, que los partidos estén en igualdad de oportunidades. Y tal vez sea momento, yo sé que esto exige una reforma constitucional, de pensar si la fórmula que actualmente está en vigor 70-30 es la fórmula adecuada.

O podría haber una fórmula distinta de distribución, de financiamiento público y de tiempos en radio y televisión que no fuera 70-30. Que, por ejemplo, fuera una fórmula 60-40 o una fórmula 50-50. Es importante garantizar en la distribución del tiempo como del financiamiento la mayor igualdad de oportunidades, para que los partidos vayan a las contiendas electorales en posiciones similares, análogas. Esto yo creo que es importante.

Tal vez esta distribución 70-30, que creo data del 96, sí está ladeada, favorece a las fuerzas mayoritarias y no favorece a las fuerzas minoritarias del espectro político. Por eso tal vez sería importante en una futura reforma constitucional replantear esa fórmula por un esquema mucho más igualitario.

Coincido con el diputado Robles en el sentido de que la distribución de tiempos y los mensajes que transmiten los partidos deben tener principalmente, como todo, como todo acto de las instituciones públicas, sobre todo después de la reforma de 2019, constitucional en materia de paridad de género, perspectiva de género. La perspectiva de género también debe estar en la distribución de los tiempos y de los recursos a los partidos políticos.

Sí, diputado Robles, coincido con usted y con el diputado Hamlet García, en la necesidad de una regulación más exhaustiva a los medios digitales.

En cuanto a lo que comenta el diputado Torreblanca, vamos a seguir discutiendo en el tema de reglas y de principios. Yo nada más voy a decir una cosa más: la regla permite la subsunción inmediata, directa e inmediata. Un principio no permite de manera inmediata y directa la subsunción.

Recuerden, por ejemplo, cuando el Tribunal Electoral tuvo que determinar qué era la propaganda electoral. Es un concepto indeterminado. ¿Qué es la propaganda electoral? ¿La contratada, la no contratada? ¿Qué se entiende por propaganda electoral? ¿Entendemos por propaganda electoral ese concepto peyorativo, por ejemplo, que fue esgrimido por Goebbels, el ministro de propaganda de Hitler? ¿O deberíamos hablar de publicidad gubernamental?

Como dijo nuestra compañera Mariana en su intervención, lo que hace falta –bueno y aquí una pequeña acotación– es que se termine de regular o aprobar, por parte del Congreso la Ley General de Comunicación Social, ahí hay un pendiente que tienen.

Entonces bueno, es un debate interesante, creo que hay que acompañarlo de otras lecturas, en fin, que podríamos discutir. A ver si el diputado Torreblanca me invita a un seminario de teoría jurídica.

El diputado Santiago Torreblanca Engell: Un vinito, mejor.

El ciudadano Jaime Fernando Cárdenas Gracia: Un vinito, también. Bueno, en cuanto al comentario del diputado Leonel Godoy, sí, yo creo, diputado Godoy, que el tema de los spots sí genera, es como un resabio de una época histórica de los procesos electorales y que se requieren nuevas maneras de expresar la comunicación política.

Usted que proviene, por ejemplo, de la izquierda, en la izquierda es muy importante la exposición de las plataformas electorales de manera amplia. Tal vez eso no coincida con la cultura política de otros partidos, que está más centrada en el candidato, en los candidatos y menos en la plataforma político-electoral, pero es algo que tienen que discutir los partidos. Yo sí creo que la propaganda, la publicidad, el modelo de comunicación política debiera de informarse más sobre las plataformas electorales, debieran existir más debates entre los candidatos presidenciales, senadores, diputados, en todos los cargos en los tres niveles de gobierno y menos spots.

Creo que el spot empobrece el debate político, empobrece a la política, no propicia ideas, el spot nos deja con imágenes, con mensajes que pueden ser muy llamativos, pero no abre espacio, no fundamenta una reflexión política más amplia, más reflexiva, más deliberada. Esa es mi posición en torno a los spots. Nuevamente agradezco mucho su atención.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Muchas gracias, doctor Jaime Cárdenas.

El moderador José Omar Sánchez Molina: Y, le pedimos al presidente de la Junta de Coordinación Política, al diputado Rubén Moreira Valdez, que pueda dar un balance de estos trabajos y un mensaje final también. Adelante, diputado.

El presidente diputado Rubén Ignacio Moreira Valdez: Hasta por 20 minutos. No, pues a mí no me dio tiempo. Agradecerles a todas, a todos, a nuestros ponentes, a Félix, a Sandra, a Mariana, a don Jaime Cárdenes su presencia acá. La posibilidad de que ustedes estén aquí es lo que nos permite a nosotros la confrontación de ideas, el intercambio de opiniones. Ya lo que dijo Leonel, en algunos temas puede haber acuerdos que son buenos para el país y que es sano de que acá se discutan.

Creo que el tema de los medios de comunicación referido a los spots, a la propaganda y entendidos estos los tradicionales, hasta las redes sociales, es algo que en todos los partidos hay inquietud. Todos los partidos han mostrado algún comentario al respecto, porque a juicio de muchos los spots han dejado de tener la utilidad de llamar la atención del ciudadano y de provocar un intercambio de ideas. Espero que lo que aquí hemos platicado pueda llegar a un buen fin y que podamos seguir analizando el tema y lo digo a mis compañeros de otros partidos políticos, porque está el tema de aglutinar los tiempos, está el tema de hacerlo más versátil, está el tema de que no estén todos ordenados uno tras otro, lo que ha provocado que nadie vea los mismos. Está el tema de los nuevos medios de comunicación, las redes sociales.

Yo me quedaré con algunas cosas que acá se dijeron por todos, pues sí puede muy atractivo que en 15 segundos o en 30 segundos en un TikTok se diga algo que pueda ser interesante, ingenioso, pero al final del día somos partidos políticos y tenemos que transmitir nuestras ideas, nuestros proyectos de nación, nuestro proyecto de Estado, de municipio, desde la perspectiva ideológica que tenemos. Y, creo, que a eso tiene que estar sujeto los que son bienes del Estado y ahí no quiero traer a cuenta, pero hace unos días vi a alguien que nos decía: No cambien la

forma en la cual seleccionan a los diputados, porque es muy difícil luego contar las actas. Bueno, como que eso no puede sujetar, no es un problema para que haya mejor democracia en México. El caso es cómo hacemos actas más simples.

Yo diría que es un poco acá, es decir no nos vayamos, esa es mi opinión, con la parte fácil de quién tiene más likes o quién tiene más difusión, sino el tema de nuestro compromiso como partidos políticos de presentar proyectos de nación a la sociedad, que ellos nos valoren, que podamos intercambiar ideas, que podamos discutir y realmente el tiempo que tengamos en la televisión ya tiene que modificarse de alguna manera.

El presidente diputado Rubén Ignacio Moreira Valdez: Yo les agradezco, a todos, su tiempo. Los invito a seguir en este tipo de debates y muchas gracias a todas y a todos. A los compañeros de la prensa, al Canal del Congreso, muchas gracias por su trabajo. Gracias.

---o0o---