



## Modelo de comunicación política y Reforma Electoral

La iniciativa presidencial de reforma constitucional electoral de febrero de 2025 también proponía modificar el modelo de comunicación política electoral.

En aquella propuesta, AMLO (y Pablo Gómez) afirmaban que había que renovarlo por completo para centrarlo en el acceso de partidos políticos y candidatos independientes a radio y televisión, mediante los tiempos oficiales del Estado. Su objetivo era, dijeron, procurar la difusión efectiva de mensajes propositivos de los partidos.

Para ello, se pautarían mensajes con una duración no menor a un minuto. Además, que desde el inicio de las precampañas y hasta la celebración de la jornada electoral, se destinarían 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión a los partidos políticos, candidaturas independientes y al INEC, pero ahora serían distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión.



**SERGIO  
GONZÁLEZ**

SALÓN TRAS BANDERAS

Se asignaría el 90% de dichos tiempos a los primeros dos y el 10% al Instituto para la difusión de mensajes informativos relacionados con la contienda electoral. El tiempo asignado a partidos, candidaturas independientes y otros cargos de elección popular, se distribuiría así: 30 minutos entre los partidos políticos y candidaturas independientes en función de su desempeño en la elección para diputados federales previa, 9 minutos entre las candidaturas de Consejerías del INEC, Magistraturas de la Sala Superior del TEPJE, Ministras y Ministros de la SCJN y las Magistraturas del Tribunal de

Disciplina Judicial, y 9 minutos a la difusión de los procesos de revocación de mandato y consulta popular.

**Cuando no concurrieran estos últimos procesos de elección y consulta el tiempo correspondiente se otorgaría a los partidos políticos hasta alcanzar el 85% del tiempo disponible.**

**Asimismo, se mantendría la regla que prohibía a cualquier persona, incluidos los partidos, precandidaturas y candidaturas, adquirir por sí o por terceros tiempos en radio y televisión.**

Así, durante las precampañas, los partidos políticos dispondrían en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión para la difusión de sus procesos internos, es decir, 18

de los 27 minutos que correspondieran a los partidos serían usados para difundir propuestas de las precandidaturas; los nueve minutos restantes serían distribuidos entre los partidos para la difusión de mensajes programáticos. En el periodo de intercampaña, los 27 minutos se destinarían a difundir mensajes programáticos de los partidos políticos. Finalmente, en el periodo conocido como de veda, no se emitiría propaganda de partidos ni de candidaturas independientes.

Respecto de la suspensión de la propaganda gubernamental en tiempos electorales, se especificaba, en sentido en que el Congreso de la Unión lo interpretó en su decreto interpretativo, que se trataría solo de aquella contratada con recursos públicos por los sujetos obligados conforme al artículo 134 constitucional y su Ley reglamentaria. Le cuento más en entregas posteriores.