



EN OTRO CANAL

*Reforma electoral:*EL NUEVO TABLERO DE LA
COMUNICACIÓN POLÍTICA

POR ARMANDO REYES VIGUERAS

Fotografía: Grok.



La iniciativa de reforma electoral fue entregada finalmente el pasado 4 de marzo. Aunque diversos especialistas han analizado sus posibles efectos técnicos, un punto específico exige una discusión más profunda por su impacto directo en el sistema de comunicación política del país: el recorte a los tiempos oficiales en radio y televisión, junto con la regulación de contenidos generados por inteligencia artificial (IA).

La propuesta de reducir los tiempos oficiales y repartirlos de forma igualitaria entre los partidos —seis actualmente, a la espera de cuatro nuevas fuerzas que buscan registro ante el Instituto Nacional Electoral (INE)— altera el modelo que ha regido en México durante la última década. Este ajuste representa, en la práctica, una concesión significativa para los medios de comunicación, especialmente para la televisión. Al reducirse el tiempo del Estado, las empresas recuperan un

espacio de transmisión que han reclamado durante años para volver a comercializarlo.

Los cambios fundamentales

Respecto a la presencia en medios, la reforma plantea una redistribución orientada a la equidad, pero con consecuencias operativas notables:

Reducción del tiempo diario: Se propone disminuir de 48 a 35 minutos diarios el tiempo que el Estado pone a disposición del INE durante las precampañas y hasta la jornada electoral.

Distribución igualitaria: El proyecto busca eliminar el criterio de proporcionalidad actual (70% por votos obtenidos y 30% igualitario) para que todo el tiempo se reparta en partes iguales. Si bien esto pretende que las opciones minoritarias compitan en mejores condiciones, también diluye el peso de la representatividad ciudadana previa.



Regulación de la inteligencia artificial: Cualquier contenido electoral modificado con IA deberá ser etiquetado por su emisor. Las concesionarias de radio y televisión asumirán la responsabilidad de identificar y advertir sobre los contenidos que omitan este aviso.

Segmentación por hora: Los 35 minutos se distribuirían en bloques de hasta tres minutos por cada hora de transmisión. En el periodo de intercampanas, el tiempo se repartirá a partes iguales entre las autoridades electorales y los mensajes genéricos de los partidos.

Blindaje en consultas populares: Se ratifica que solo el INE podrá promover consultas populares en medios públicos, prohibiendo terminantemente la contratación de propaganda privada para influir en estos ejercicios.

El reto de las elecciones judiciales: Aunque no se ha fijado un tiempo adicional, los análisis técnicos sugieren que el INE administre un espacio específico (de 12 a 24 minutos) para difundir las candidaturas judiciales, buscando evitar la saturación informativa al no coincidir con las elecciones políticas.

Lo que faltó

Más allá de los beneficios que la iniciativa trae para los medios electrónicos concesionados, hay un par de temas que faltaron para ser incluidos en la Reforma Electoral.

Primero, no se menciona nada de las redes sociales y su uso tanto para promover aspirantes o atacar a los adversarios políticos —las recientes denuncias en contra de Arturo Ávila y los millones que ha gastado en Facebook para criticar a la alcaldesa de Cuauhtémoc en la capital del país, son ejemplos de esto—, algo importante si

consideramos que la audiencia de radio y televisión ha descendido en los últimos años por el crecimiento de las redes, que empiezan a convertirse en los espacios preferidos para las campañas electorales.

Segundo, no se aprecian modificaciones en la labor de monitoreo que realiza el INE para revisar los spots difundidos en los tiempos oficiales; si bien se puede considerar que el trabajo se reducirá por la disminución de los minutos para la difusión de los mensajes partidistas, identificar el material generado con Inteligencia Artificial podría compensar esta situación.

En campañas anteriores, se detectaron anuncios espectaculares contratados por simpatizantes de algún candidato que eran fiscalizados por el INE lo que llevó a una sanción para el partido postulante; ahora con la facilidad de generar videos o imágenes con IA por parte de cualquier persona, si ese material es difundido en redes sociales a través de cuentas anónimas, ¿el INE tendrá la capacidad de detectarlo, solicitar su eliminación en la red social que lo presente, incluso si se difunde desde el extranjero?

Como en otros temas incluidos en la iniciativa, las preguntas acerca de cómo se llevarán a cabo las medidas anunciadas se acumulan. ✎

• Mis redes: <https://linktr.ee/areyesvigueras>

Fotografía: Gemeni.

