

# El Instituto Federal Electoral (IFE) y el monitoreo de los medios: Efectos perversos de su institucionalización

Francisco de Jesús Aceves González  
(Universidad de Guadalajara)

Recibido: 31/12/2010  
Aprobado: 4/2/2011

---

**RESUMEN:** El monitoreo de los medios acerca de la cobertura informativa de los procesos electorales se encuentra indisolublemente ligado con el tema de la calidad de la democracia. En las democracias representativas, su legitimidad deriva de la emisión del sufragio por parte de los ciudadanos: es el voto y las condiciones en que se emite lo que acredita la existencia de un sistema democrático. Este artículo aborda la evolución de esta práctica en México, sus logros, limitaciones y los retos futuros en la construcción de una sociedad democrática.

**Palabras clave:** Monitoreo de los medios / vigilancia ciudadana / elecciones / calidad de la democracia

## The Federal Electoral Institute (IFE) and monitoring of media: The perverse effects of institutionalization

**SUMMARY:** Media monitoring on the coverage of the electoral process is inextricably linked to the issue of quality of democracy. In representative democracies, legitimacy derives from the issue of suffrage by the citizens: It is the vote and its conditions, which establishes the existence of a democratic system. This article discusses the evolution of this practice in Mexico, its achievements, constraints and future challenges in building a democratic society.

**KEYWORDS:** Media monitoring / public monitoring / elections / quality of democracy

---

## Introducción

Existen diversos tipos de monitoreo de los medios de comunicación, cada uno de los cuales persigue objetivos específicos. Las agencias publicitarias lo utilizan para verificar el cumplimiento de las pautas que han contratado, para los actores políticos representa un insumo muy importante en la definición de sus estrategias, los académicos lo emplean como recurso metodológico para la obtención de los datos que sustentan sus investigaciones. Por último, el monitoreo de los medios es aprovechado sobre todo por organismos no gubernamentales y grupos ciudadanos, como un instrumento que cubre un propósito fundamental: vigilar y evidenciar públicamente el tipo de cobertura que los medios en general y cada medio en particular otorgan a los candidatos y partidos durante la competencia electoral, con el objetivo de impulsar el desarrollo de elecciones democráticas. Es acerca de este tipo de monitoreo sobre el que se enfoca el presente trabajo.

En su definición mínima de democracia, Bobbio (1986) plantea que además del cumplimiento estricto de las características de voto (universal, secreto, alternativas de elección) requiere la existencia y garantía de los derechos de libertad de opinión y de expresión de la propia opinión, requisitos que a su juicio constituyen una condición. A estas condiciones Robert Dahl (1998) adiciona la disponibilidad

de información alternativa y la libertad de asociación.

En su doble acepción de recibirla y emitirla, la información constituye un elemento sustantivo para el desarrollo de una sociedad democrática. Su importancia en el proceso de conformación en la decisión de un voto de calidad es incuestionable. Es decir, que el tipo y la clase de información que los medios suministran a los ciudadanos y la capacidad del Estado para propiciar el espacio público para la expresión y manifestación de opiniones políticas son indicadores del nivel democrático alcanzado por dicha sociedad.

En este contexto se inscribe la actividad de monitoreo de los medios como un instrumento para la promoción de elecciones democráticas, que según la definición dada por el National Democratic Institute for International Affairs (NDI):

[...] en su nivel más básico consiste en una observación independiente e imparcial del comportamiento de los medios masivos durante el período electoral (Norris y Merloe 2002).

Vale la pena enfatizar que no se trata de cualquier tipo de observación, sino de una *observación independiente e imparcial* de la cobertura mediática, condiciones imprescindibles para el cumplimiento de los objetivos de este tipo de práctica.

En el presente artículo se aborda, en un ejercicio reflexivo, la emergencia y evolución de dicha práctica en los procesos electorales en México, los

efectos de su institucionalización por el Instituto Federal Electoral (IFE) y los retos futuros en la construcción de una sociedad democrática.

## Antecedentes

Los primeros análisis realizados en México sobre el tratamiento informativo que los medios de comunicación otorgaban a las contiendas electorales (Aceves 2000, Trejo 2001), respondieron más a intereses de carácter académico que motivados por una labor de vigilancia ciudadana. Se trató de un ejercicio metodológico basado en el análisis de contenido, con el propósito principal de describir la distribución del espacio y los géneros informativos que otorgaban a los diversos actores del proceso electoral (candidatos, partidos, instituciones electorales) en su cobertura noticiosa.

Si bien estos esfuerzos no pueden considerarse como monitoreos en sentido estricto y sus resultados fueron publicados en fecha posterior a la contienda electoral, su importancia radica en que se convirtieron en una sólida prueba documental, que evidenciaba el carácter profundamente inequitativo y desigual con el que los medios, impresos y electrónicos, habían reali-

zando la cobertura informativa de las campañas presidenciales.

En las elecciones de 1994, este ejercicio –hasta entonces relegado al claustro académico– se transforma en instrumento de supervisión y vigilancia ciudadana. Ese año, la Alianza Cívica, organismo integrado por diversos grupos de la sociedad civil,<sup>1</sup> lleva a cabo una serie de monitoreos en diversos estados de la República, basados en una rigurosa metodología elaborada por la Academia Mexicana de Derechos Humanos, con el objetivo de realizar una observación integral del proceso electoral y constituirse en “una acción propositiva ante la ausencia de mecanismos para garantizar la equidad en la cobertura de medios de comunicación” (Acosta y Parra 1995). Para su cumplimiento desarrollaron tres actividades:

1. Investigación de la cobertura de las campañas en diferentes medios de prensa, radio y televisión.
2. Información a la opinión pública sobre las coberturas objetivas e imparciales o las diferencias y parcialidad de diferentes medios de comunicación.
3. Denuncia ante las autoridades electorales de los patrones de inequi-

---

1 Participaron la Academia Mexicana de Derechos Humanos, el Acuerdo por la Democracia, la Convergencia de Organismos Civiles por la Democracia, el Consejo para la Democracia, la Fundación Arturo Rosenbleuth, el Instituto Superior de Cultura Democrática y el Movimiento Ciudadano por la Democracia.

dad y falta de objetividad de los medios de comunicación que caigan en esas prácticas (Álvarez s/f).

La diferencia sustancial que se observa entre el acercamiento académico y la intervención ciudadana estriba en que la investigación de la cobertura no se restringe a la captura, procesamiento e interpretación de los datos, que caracteriza el trabajo intelectual, sino que se traduce en acciones que inciden, o que intentan incidir, en el desarrollo mismo de la competencia electoral, buscando siempre promover condiciones de equidad entre los diversos adversarios y garantizar el desarrollo democrático.

Por su parte, el IFE, en el marco de la reforma electoral del 3 de junio de ese año, que incluyó en el artículo 48 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe) el mandato de establecer contacto “[...] con la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, para sugerir los lineamientos generales aplicables a los noticieros sobre las actividades de campaña de los partidos políticos” (Sánchez 2000) en su sesión del 18 de junio, el Consejo General luego de exhortar a los medios “[...] a cumplir con su función de informar de manera veraz, objetiva, equilibrada, plural y equitativa [...] como condición necesaria para la democracia”, y con base en una propuesta del Partido de la Revolución Democrática (PRD), anunció la decisión de realizar sendos

monitoreos a los noticieros de radio y televisión (Sosa 1997).

De esta manera, a lo largo del proceso electoral de 1994 se difundieron a través de los medios reportes con los resultados de los monitoreos realizados por el IFE y Alianza Cívica. Se pudo constatar que entre el primero y el último se registraron modificaciones sustanciales respecto a la distribución del espacio informativo entre los diversos partidos: una disminución sistemática del espacio otorgado al Partido Revolucionario Institucional (PRI) y un moderado crecimiento a los otorgados al Partido Acción Nacional (PAN) y al PRD. El efecto positivo observado en el comportamiento de los medios comprobaron la eficacia del instrumento para incidir de alguna manera en la cobertura que los medios otorgaron al proceso electoral, particularmente en la reducción de los márgenes de inequidad en la distribución de su espacio noticioso.

### **El IFE y la institucionalización del monitoreo**

Con base en la experiencia de 1994, no resultó una sorpresa que en la siguiente reforma a la ley electoral realizada en 1996 quedara establecido en el inciso 12, de su artículo 48, que “[...] la Comisión de Radiodifusión realizará monitoreos muestrales de los tiempos de transmisión sobre las campañas de los partidos políticos en los espacios noticiosos de los medios

de comunicación, para informar al Consejo General". De esta manera, la práctica del monitoreo de la cobertura informativa a los procesos electorales, desarrollada en diversos países, fundamentalmente por organismos no gubernamentales, adquiriría en México un carácter institucional.

Si embargo, esta institucionalización tendría consecuencias en el desarrollo de la práctica de este tipo de monitoreos en México, algunas de las cuales no pueden calificarse de positivas. La primera de ellas radica en la modificación sustancial de esta práctica al despojarla de su condición de contraloría ciudadana y convertirla en una obligación, por mandato legal, de un organismo público descentralizado, si se quiere, pero cuya conformación fundamental, la elección de los consejeros electorales, dependía del Congreso del Estado.

La segunda consecuencia, ligada de alguna manera con la anterior, fue que para la realización de estos monitoreos el IFE recurrió a la contratación de empresas comerciales que entre su cartera de productos ofertaban el monitoreo de los medios. Si bien en las elecciones de 1994, además del monitoreo realizado por la Comisión de Radiodifusión, el IFE había contratado los servicios de la empresa Delfos Comunicación, para el monitoreo de las elecciones de 1997, el Instituto

[...] promovió una licitación pública, dirigida a todas aquellas empresas especializadas en el análisis de medios

de comunicación [...] como resultado de dicha licitación se contrataron los servicios de las empresas Marketing Solutions y Grupo Industrial MUSA, S.A de C.V." (Sánchez 2000).

Otra consecuencia que podría considerarse como positiva, es que debido al amplio presupuesto de que dispone el instituto, existían recursos suficientes para llevar este ejercicio a niveles más ambiciosos y con alcance nacional. Para el año 2000, el IFE recurre al Colegio de la Frontera Norte para la elaboración del diseño metodológico del monitoreo. En seguida, mediante consulta a las 32 juntas ejecutivas locales procedió a definir una muestra de los noticieros de radio y televisión más importantes de cada entidad. La muestra final quedó constituida por 126 noticieros de radio y 84 de televisión. Finalmente, para mantener una "comunicación confiable entre el IFE y la empresa Berumen y Asociados, contratada para tal fin, se dispuso la creación de una Oficina de Monitoreo, responsable de supervisar el trabajo de la empresa y de elaborar los informes que serán presentados en los medios de difusión.

Si bien diversos organismos civiles siguieron realizando monitoreos de medios tanto en el ámbito nacional como en diversos estados de la República, la diferencia abismal entre sus recursos y los del IFE, así como la escasa visibilidad que los medios le otorgaban a la difusión de sus resultados, hicieron que el monitoreo del IFE

se constituyera en la versión dominante, oficial, acerca del comportamiento informativo de los medios.

Al margen de las consecuencias antes señaladas, se pueden establecer tres etapas del proceso de institucionalización, que comprenden los monitoreos de 1997 al 2003; se caracterizan por una sistemática y amplia difusión de los resultados del monitoreo durante la contienda electoral. Esta acción provocó la reacción de los empresarios de medios de comunicación, que en voz del presidente de la Cámara Nacional de Radio y Televisión discrepaban de los datos arrojados por el estudio y cuestionaban, invariablemente, el procedimiento metodológico. Aún así, el mandato de difundir ampliamente los resultados del monitoreo, era estrictamente observado.

Mención especial merece el monitoreo realizado en las elecciones federales del 2000. No solo constituyó un elemento central en el seguimiento que el Consejo General del IFE realizó sobre el proceso electoral, sino que los consejeros insistieron en que la equidad informativa era fundamental para el desarrollo de elecciones democráticas. Además, impulsaron la difusión de sus resultados y aprobaron un conjunto de estrategias para su difusión (*El Universal*, 1 de marzo del 2000). Se destaca el reclamo de José Woldenberg, entonces presidente del Consejo, cuando afirma que “[...] la inequidad en los medios de comunicación no ha desaparecido, aunque se

presenta un incipiente trato igualitario en las campañas electorales”. Empero, este trato se otorgaba a las tres principales fuerzas políticas: PRI, PAN y PRD, en tanto las candidaturas de los otros partidos eran escasamente cubiertas (*El Universal* 3, de marzo del 2000). Particularmente crítico ante la cobertura mediática, el consejero Juan Molinar Horcasitas acusó a los medios de privilegiar las noticias sobre diatribas y ataques entre los candidatos antes que difundir sus propuestas. Y luego de apuntar que “[...] en buena medida la cobertura y su calidad modulará la opinión en intención del voto del ciudadano”, remató afirmando que “La versión que dan los medios de comunicación sobre las campañas son a veces incompletas y hasta injustas” (*El Universal*, 1 de marzo del 2000).

Empero, esta beligerancia exhibida por los consejeros electorales, que se adecuaba al espíritu del marco normativo del artículo 48, de pugnar por la cobertura equitativa de los medios, se vería ostensiblemente menguado en los procesos electorales subsiguientes.

Para el 2003, con una distribución de la cobertura informativa casi idéntica a la reportada en los monitoreos del año 2000, la consejera electoral Jacqueline Peschard, presidenta de la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión, consideró que “[...] en los medios no se manifestó la desigualdad que se veía antaño” (*El Universal*, 10 de julio del 2003a). Este comentario de la consejera resulta

sumamente ilustrativo de la mutación que en el seno del Consejo del IFE se manifestaba en torno a un tema tan sensible como el de la equidad de los candidatos en el acceso a los espacios informativos. Lo que para Woldenberg representaba una inequidad evidente, Peschard la traducía como superación de la “desigualdad de antaño”. Otro hecho distintivo del monitoreo de ese año fue el incumplimiento por parte de la empresa Berumen y Asociados de registrar, en su totalidad, las emisiones de 553 noticiarios de radio y televisión. El contrato alcanzó los 29 millones de pesos mexicanos, pero a dicho monto se le descontaron las horas faltantes, además de aplicarle una sanción a la compañía (*El Universal* 10 de julio del 2003b).

La aún hoy cuestionada renovación del Consejo General del IFE de finales de octubre del 2003, en la que se hizo evidente que el nombramiento de los nuevos consejeros respondía a un sistema de cuotas que los partidos mayoritarios esgrimían para imponer aquellos aspirantes con perfiles a su conveniencia y que derivó en la marginación del PRD mediante el rechazo de los candidatos que propuso, generó no solo entre los actores políticos sino principalmente en la ciudadanía cierta desconfianza hacia la legitimidad y credibilidad de la nueva versión del IFE. Su desastrosa actuación y su incapacidad manifiesta para encauzar las elecciones del 2006 en el marco de la propia normatividad electoral se haría

evidente también respecto al monitoreo de los medios sobre las campañas que realizaron.

En efecto, durante las elecciones del 2006 el comportamiento observado por el IFE respecto a la realización y difusión del monitoreo de la cobertura informativa sufre modificaciones radicales. En primer lugar, tras un cuestionado proceso de licitación el IFE contrató a la empresa IBOPE AGB México, especializada en estudios de *rating* y audiencia, para realizar el monitoreo de medios, tanto relativo a la cobertura noticiosa de la contienda electoral como la supervisión de *spots* publicitarios de las campañas políticas. La resolución fue impugnada por las empresas Intélite y Sistemas y Monitoreo Estratégico, las que acusaron al instituto de “[...] que fueron convocados a participar en un proceso de adquisición mediante el procedimiento de invitación, que finalmente se resolvió como una adjudicación directa”. Y señalan que la cotización presentada por IBOPE por 46 millones de pesos fue la más alta (*El Universal* 10 de noviembre del 2005).

En segundo lugar, el 2 de noviembre del 2005, los consejeros acordaron que “el reporte periódico del monitoreo sería nada más de *spots*” (*El Universal*, 24 de febrero del 2006). Y en contraste con el comportamiento observado en los procesos anteriores, relegaron la difusión de los resultados del monitoreo sobre la cobertura informativa a las campañas electorales, a su

publicación en su página de internet. De esta manera, al ajustarse puntualmente a lo establecido en el artículo 48, los consejeros electorales sepultaron el carácter de vigilancia cívica que entraña la práctica del monitoreo y lo despojaron de su condición de instrumento de contraloría ciudadana. Pero no solo eso, en solo seis años los consejeros del IFE pasaron de calificar la cobertura de los medios de inequitativa, en palabras de Woldenberg, a la sentencia emitida por el consejero Arturo Sánchez Gutiérrez de que “[...] en general ha prevalecido una actitud democrática y equitativa” (*El Universal*, 10 de abril del 2006).

El deterioro experimentado por los organismos electorales, sobre todo el IFE, que condujo a un país fracturado y a un gobierno permanentemente cuestionado en su legitimidad, obligó a los partidos políticos a llevar a cabo una nueva reforma de la legislación electoral, en la que se puso especial énfasis en el uso de la publicidad política (*spots*) en las campañas electorales y en la renovación parcial de los consejeros electorales que integran su Consejo General. El resultado de ambas acciones estuvo de nuevo marcado por una serie de impugnaciones expresadas por una diversidad de actores sociales. Particularmente rispida y agresiva fue la reacción de las empresas de medios, sobre todo las televisoras (Televisa y TV Azteca) en su rechazo a la prohibición contenida en la nueva ley, de la compra directa de espacios publicitarios a los partidos políticos, así como a

la transmisión de *spots* de los partidos políticos y el IFE, en los tiempos que dispone el Estado, como retribución a su carácter de concesionarios, durante el proceso electoral. Por otra parte, la renovación del Consejo General dejó una vez más en evidencia la intromisión abusiva de los partidos políticos en la designación de los nuevos consejeros, abonando de esta manera al proceso de *desciudadanización* progresiva experimentado por el IFE.

No obstante, respecto a los monitoreos de los medios, en la nueva legislación se incorporó una redacción que dejaba atrás la finalidad de estos en la “información del Consejo General” y puntualizaba su obligación de darles difusión pública. Efectivamente, la nueva reforma establece (artículo 76, inciso 8) que:

[...] el Consejo General ordenará la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias. Los resultados se harán públicos, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto Federal Electoral y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.

Es de particular importancia el enunciado final del artículo en cuestión, en el que especifica el periodo –cada 15 días– y el medio –tiempos destinados al IFE– por los que el instituto deberá difundir los resultados del monitoreo. Es indiscutible que con

la nueva redacción se intentaba rescatar el espíritu original de vigilancia ciudadana, que había llevado a su inclusión en la legislación electoral. Sin embargo, en las elecciones federales del 2009 el comportamiento de la versión modificada del Consejo General demostró estar muy lejos de las expectativas ciudadanas.

Derivado de las reformas al Cofipe, el nuevo Consejo, a través de su instancia responsable, el Comité de Radio y Televisión, asumió la tarea de realizar sendos monitoreos: la cobertura noticiosa y la transmisión de *spots* por las estaciones de radio y televisión. Tareas que, por cierto, había venido cumpliendo pero que las obligaciones derivadas de la nueva reforma implicaban introducir un conjunto de modificaciones a la manera como se habían venido realizando. En efecto, la nueva normativa planteaba un conjunto de lineamientos relacionados con la difusión del monitoreo de la cobertura informativa de las campañas, como se expuso en el párrafo precedente, pero sobre todo, la reforma convertía al IFE en la única instancia autorizada para administrar los tiempos pertenecientes al Estado en los medios electrónicos de comunicación, que serían utilizados para la difusión de *spots* durante el proceso electoral. Catorce artículos (49 y 56 al 68) de la nueva ley fueron destinados a delimitar, de manera que se antoja excesiva, las tareas que el IFE debía realizar para cumplir con este rubro.

El tema merece un abordaje detenido que excede las pretensiones de este trabajo; baste señalar que el IFE decidió solucionar esta tarea mediante la construcción de una red de monitoreo a nivel nacional, integrada por 150 centros de verificación que serían instalados en las juntas ejecutivas del IFE. Por este instrumento el IFE pagó a la empresa Grupo de Tecnología Cibernética SA de CV la cifra de 25 millones 745 mil dólares (*El Universal*, 7 de enero del 2009). Además, el grueso del interés fiscalizador del Consejo respecto al comportamiento de los medios se enfocó precisamente hacia el monitoreo de 23 millones de *spots*, que serían difundidos en mil 35 estaciones de radio y 217 canales de televisión, durante el proceso electoral (Televisa-Notimexl 23 de diciembre del 2008).

Con respecto al monitoreo sobre la cobertura informativa de los medios en el marco de la nueva legislación electoral, las actividades desarrolladas por el Consejo General, en particular por el Comité de Radio y Televisión, quedaron muy lejos de poner en práctica el mandato contenido en su artículo 76. De entrada, a pesar de constituir un ordenamiento legal, el Consejo no realizó –y por lo tanto tampoco difundió– la cobertura noticiosa que los medios electrónicos de comunicación otorgaron a los partidos políticos durante el periodo de las precampañas.

Además de esta omisión, ya para el periodo de campaña, y no obstante el largo tiempo transcurrido desde la

entrada en vigor de la nueva legislación y la creación del Comité de Radio y Televisión (29 de enero del 2008), los trabajos relacionados con el monitoreo noticioso de los medios se advierten apresurados en su diseño y aplicación. Todavía a principios de abril, un mes antes del inicio de las campañas, no se contaba con el catálogo definitivo de noticieros de radio y televisión que serían sujetos del monitoreo. A diferencia de los anteriores procesos, que para estas fechas ya se había contratado a la empresa comercial que resultó ganadora en el proceso de licitación, esta vez, el IFE determinó que fuese una institución educativa la que llevara a cabo esta actividad. Para ello, integró un equipo que entabló contacto con la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) Xochimilco y con la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).<sup>2</sup> Finalmente, el IFE consideró a la UNAM como la que cumplía a satisfacción los requerimientos que demandaba la realización del monitoreo de contenidos informativos. Con un pago de 26 millones 631 mil pesos se suscribió el convenio mediante el cual la UNAM se comprometía a monitorear 238 noticieros de radio y 137 de televisión (W Radio 26 de mayo del 2009).

Resulta plausible que en lugar de recurrir a una empresa comercial, en esta ocasión el IFE haya procurado la participación de una institución como la UNAM. El solo hecho de tratarse de una institución académica abonaba a la confianza en sus procedimientos metodológicos. Al mismo tiempo, si bien no se trataba de una organización militante de la sociedad civil, quedaba fuera de duda su compromiso con los intereses de la democracia y la ciudadanía. Sin embargo, este monitoreo enfrentó una serie de vicisitudes que provocaron el impacto limitado del ejercicio y, a la postre, el incumplimiento del ordenamiento legal.

El primer contratamiento se debió a la emergencia sanitaria, que justo en el inicio de las campañas se declaró en el país con motivo del brote epidemiológico de la influenza AH1N1, provocando la deserción de más de un centenar de los estudiantes contratados para trabajar en el monitoreo por temor al contagio, lo que obligó a replantear el trabajo (*El Universal*, 21 de mayo del 2009). Eso propició que la presentación pública del primer informe fuera pospuesto y que, además, estuviera enfocado en un periodo en que la actividad de las campañas decayó sensiblemente y por lo tanto la cobertura noticiosa dedicada a ellas.

---

2 CG139/2009. Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se aprueba el catálogo de noticieros que serán objeto del monitoreo de contenidos respecto de las campañas que tendrán lugar dentro del proceso electoral federal 2008-2009.

El segundo escollo lo representó la enérgica reacción de protesta de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) al segundo reporte del monitoreo, que abarcaba del 11 al 17 de mayo, cuyos resultados consideraban que “*desvirtúan y sesgan* la realidad del trabajo de los concesionarios”. Su crítica se enfocó particularmente hacia la metodología empleada y remataba: “La industria de la radio y la televisión lamenta que no exista la certeza y seguridad para considerar la publicación del monitoreo como una herramienta que contribuya al desarrollo de nuestra democracia” (*Milenio*, 4 de junio del 2009). Aunque era previsible la reacción de los empresarios, que había sido ya expresada en los procesos anteriores, la animosidad contenida en el reclamo de la Cámara obligó al IFE a realizar una defensa escrupulosa del monitoreo de la UNAM, al que calificó no solamente como “transparente, verificable, riguroso y constatable”, sino además de ser “el esfuerzo más importante en nuestra historia electoral” (*Milenio*, 5 de junio del 2009). El 13 de junio aún se distribuía en los medios un informe con los resultados del tercer reporte, correspondiente al periodo del 25 al 31 de mayo.

Pero la limitación más grande de este ejercicio estuvo relacionada con la difusión de los resultados, cuya responsabilidad recaía totalmente en el Instituto. Frente a esta tarea, el IFE se mostró incapaz de llevar a los hechos el mandato del ordenamiento legal. Su obligación de difundir los re-

sultados “[...] a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto Federal Electoral y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo”, como lo establece el artículo 76, naufragaron en el diseño de una estrategia que no pasó de las buenas intenciones.

En efecto, no obstante que el 31 de marzo el Consejo General instruyó a la Secretaría Ejecutiva para que difundiera los resultados del monitoreo por tres canales: a) a través de los tiempos en radio y televisión destinados al IFE, b) a través de una sección especial en el sitio web del Instituto, y c) en los medios informativos que determine el propio Consejo, actividades todas a cargo de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos (DEPPP).

De los tres, solamente se cumplió a cabalidad el relativo a la sección especial en el sitio web del IFE. Empero, el alcance de su difusión por internet padece de las limitaciones que este medio impone: la posibilidad de acceso y el interés individual por allegarse la información. Incluso en este sentido el IFE exhibió una gran falta de imaginación. En lugar de utilizar las diferentes herramientas para difundir información, el IFE se concretó a colgarla. De manera limitada y solo en tres ocasiones, el IFE difundió a través de boletines, el resultado de los reportes del monitoreo. En este caso la difusión dependía de la decisión del medio de incluir o no el boletín mencionado. No

había, por tanto, una garantía de que la información se difundiera en forma masiva.

Pero el canal que nunca utilizó, que casualmente era el único que garantizaba una difusión masiva, fue el de los tiempos en radio y televisión destinados a la comunicación social del IFE. Durante el período de campaña, del 3 de mayo al 2 de julio, el IFE dispuso de 7 minutos diarios que representaban 14 *spots* de 30 segundos en cada una de las 1.576 estaciones de radio y 729 canales de televisión. Es decir, que en ese lapso dispuso de 32.270 *spots*. Sin embargo, a pesar de la instrucción específica del Consejo General de utilizar estos espacios para la difusión de los monitoreos, y de tener contemplada entre las tareas la realización de promocionales sobre los resultados y difundirlos, por lo menos cada 15 días, la DEPPP informaba, a dos semanas de la conclusión de las campañas, que dichos promocionales no se habían realizado debido a que estaba “en espera de que las autoridades competentes determinen la realización de los referidos promocionales, como lo establece el acuerdo CG127/2009” (IFE 2009).

No es exagerado, en vista de lo anteriormente expuesto, concluir que el monitoreo realizado por el IFE sobre la cobertura informativa de las campañas en las elecciones del 2009 resultó un ejercicio si no totalmente fallido, sí muy lejano de las tareas de suministrar información eficiente y oportuna sobre la calidad de la cobertura me-

diática al proceso electoral. Cabe entonces reflexionar acerca de los efectos que la institucionalización, por parte del IFE, ha tenido sobre los propósitos básicos que caracterizan la práctica del monitoreo y que se enunciaron al principio del capítulo: la promoción de contiendas electorales en condiciones democráticas.

### **El IFE y el monitoreo de medios: Efectos de su institucionalización**

#### ***De la inequidad en la cobertura al establecimiento de un equilibrio relativo***

Un primer efecto derivado de la institucionalización del monitoreo consiste en el cambio observado en la evaluación que los consejeros electorales emiten sobre la calidad de la cobertura informativa. De una mirada exigente al comportamiento de los medios y una permanente insistencia, a través de diversos llamados, para una distribución equitativa en el espacio que los medios otorgaban a los diversos candidatos, se ha transitado a la resolución, expresada casi en términos de postura oficial, que en los últimos procesos electorales —2006 y 2009— la cobertura noticiosa se ha mantenido dentro de los márgenes de un cierto equilibrio.

Para sustentar esta afirmación, los consejeros alegan que la cobertura otorgada a los partidos mayoritarios ya

no presenta las desigualdades que se observaron en 1988, cuando diversos estudios académicos demostraron que el PRI obtuvo el 83,1 por ciento de la cobertura de los noticieros televisivos, en contraste con el 3,1 por ciento del PAN y el 1,6 por ciento que se destinó al candidato del Frente Democrático Nacional (FDN). Argumentan que ahora el espacio concedido a estas tres fuerzas políticas tiende a ser más equilibrado.

Lo cierto es que el “relativo” equilibrio en la distribución, no remedia el carácter básicamente inequitativo de este tipo de cobertura, como lo ilustran los resultados que arroja el monitoreo del 2009, en el que tres partidos concentran el 70,7 por ciento del total del tiempo que los medios otorgaron a las campañas. Y el tiempo obtenido por cada uno de ellos es, en promedio, cuatro veces mayor que el obtenido por los demás partidos. Sobreexposición para unos, casi invisibilidad para otros, son los parámetros que contextualizan el dictamen optimista del IFE sobre el comportamiento de los medios.

### ***De la difusión masiva a la consulta individual***

Otro de los efectos de la institucionalización fue la decisión del Consejo General de otorgarle una menor difusión a los resultados del monitoreo de cobertura informativa. Esta actitud, que se observa en las elecciones federales del 2003, se incrementaría de una manera sensible en las consecuentes. Así, aunque en el discurso oficial, en voz del consejero Benito Nacif, se enfatizaba la necesidad de hacer pública la manera como los medios realizaban la cobertura de las diversas campañas, “[...] porque en una democracia, unos medios completamente cargados a favor de algunos de los contendientes, termina socavando las bases de esa democracia”. En la práctica, las decisiones respecto a la forma en que se realizaría la difusión, no solo eran distantes, sino incluso contrarias al celo democrático contenido en sus declaraciones.

Resulta hartamente ilustrativo reproducir aquí algunos fragmentos de la

**Cuadro 1**  
**Distribución de la cobertura informativa para los partidos políticos**  
**Elecciones Federales 2009**  
**(porcentajes)**

PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	CONV	PNA	PSD	PT/CONV	PRI/PVEM
24.7	27.6	18.4	4.1	5.4	3.7	5.5	3.7	3.4	3.3

discusión desarrollada en el seno del Consejo General del IFE, el 31 de marzo de 2009,<sup>3</sup> cuando se discutían precisamente las estrategias del Instituto para la difusión del mencionado monitoreo. En esa sesión, el consejero representante del PRD retomaba la propuesta de “[...] difundir los resultados del monitoreo, de manera quincenal, como dice el Código, a través de boletines informativos, a través de conferencias de prensa”. Además, consideraba conveniente que en los tiempos oficiales con que cuenta el IFE en radio y televisión se presentaran los reportes “[...] en los mismos medios, como *spots*, como promocionales de carácter informativo, para que se conozcan estos reportes, el resultado de los reportes del monitoreo”.

Lo dicho por el representante del PRD se ajustaba estrictamente a lo establecido en el artículo 76 del Cofipe. Sin embargo, el consejero electoral Marco Antonio Gómez Alcántar expresó sus reservas, o más bien sus temores, respecto a la realización de ruedas de prensa como mecanismo para difundir los resultados. Lo expresó sin ambages: “Yo creo que el que el IFE haga una rueda de prensa para poner [sic] allí cuáles fueron las menciones de los noticieros, nos puede meter [sic] en un problema, porque son subjetivas las valoraciones, eso

históricamente ya lo hemos visto, que creo que el IFE tiene que estar alejado de estas valoraciones”. Más adelante, en otra de sus intervenciones recalcó:

[...] es indispensable que estos temas [el monitoreo] no vayan a ser objeto de una rueda de prensa, porque en lo único que nos vamos a convertir eventualmente o *podríamos correr el riesgo de convertirnos en rehenes de un debate político que evidentemente no nos corresponde*, mucho menos en un proceso electoral. Hay que difundirlos, hagamos eso, pero nada más [cursivas mías].

Por su parte, el consejero Arturo Sánchez Gutiérrez expresó su reticencia a la propuesta de difundir los resultados del monitoreo a través de *spots* en la radio y la televisión. El consejero, designado para el cargo el 3 de noviembre de 2003, —el mismo que en los siete años anteriores había estado al frente de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, con participación muy directa en las decisiones del IFE respecto a los monitoreos de 1997, 2000 y 2003— sustentó sus reservas argumentando que sería “muy difícil, en un *spot* de 30 segundos, producido cada 15 días, dar a conocer el resultado de monitoreo entre 250 y 300 noticiarios en todo el país”. En seguida, proponía “colocar estos resultados también en la página de internet, como se está previendo, y *de esa manera cumplir*”.

---

3 Todas las citas incluidas en este apartado corresponden a la versión estenográfica de la sesión ordinaria del Consejo General del Instituto Federal Electoral, efectuada en el salón de sesiones del propio instituto, el 31 de marzo del 2009.

En una nueva intervención el consejero Gómez insistía en eliminar

[...] el tema de las ruedas de prensa, *porque me parece a mí muy peligroso que salgamos como IFE a determinar aquí están estos eventos, aquí están los resultados, y ahora la primera pregunta, pues yo no sé qué vamos a contestar. Nos vamos a meter ahí en un problema [cursivas mías].*

Y para reforzar su opinión, confesaba que su postura se debía al “haber estado aquí cuando menos en el 2006”.

Una vez concluidas las rondas de participación y previo a la votación de los temas abordados, el consejero presidente Leonardo Valdés Zurita presentó una propuesta de resolución en la que, por una parte, reconocía que los tiempos disponibles del IFE para su comunicación social incluían la radio y la televisión; con lo cual daba por sentado el uso de tales recursos para difundir los resultados del monitoreo; pero, por la otra, recogía la oposición a las ruedas de prensa. “Coincidió –dijo textualmente– que no es un espacio conveniente el de una rueda de prensa para dar a conocer estos resultados de monitoreo, por lo cual igual que el consejero Gómez creo que debemos retirar la rueda de prensa que está señalada en el acuerdo cuarto”.

En su redacción final, el acuerdo mencionado establecía lo siguiente:

Se instruye a la Secretaría Ejecutiva a que lleve a cabo quincenalmente la difusión de los resultados arrojados por el monitoreo de los tiempos de

transmisión sobre las campañas del proceso electoral federal de 2008-2009 a través de los tiempos en radio y televisión destinados a la comunicación social del Instituto Federal Electoral, en el sitio web del Instituto, a través de una sección especial que contenga los resultados del monitoreo de la cobertura noticiosa de campañas electorales, así como en los medios informativos que determine el propio Consejo General (IFE 31 de marzo del 2009).

Con base en lo anterior se concluye que con respecto a la difusión del monitoreo de la cobertura informativa la característica acerca de las obligaciones legales del IFE establecidas en la nueva reforma fue su incumplimiento. A pesar del acuerdo acerca de utilizar los tiempos de radio y televisión, prevaleció la postura del consejero Arturo Sánchez sobre la “dificultad” para su implementación, y este espacio nunca fue utilizado. Por otra parte, de los nueve reportes que entregó la UNAM solo tres de ellos fueron difundidos a través de boletines.

El IFE centró entonces, en palabras de nuevo del consejero Sánchez, el cumplimiento de la difusión del monitoreo mediante una sección especial de su sitio web en internet. En su informe general sobre el proceso elaborado por la Secretaría Ejecutiva se afirma que: “Para su puntual seguimiento, el IFE implementó un moderno sistema de acceso público remoto sobre los resultados del monitoreo, el mismo que fue consultado, en total, 5 mil 564 veces desde 18 países diferentes, hasta antes

de la jornada electoral. Esto equivale a 94 consultas diarias” (IFE 2009).

Lejos de validar el cumplimiento de la obligación de difundir en forma masiva el monitoreo noticioso, los datos ofrecidos en el Informe solo ilustran acerca del limitadísimo uso que de este medio hicieron los electores. Porque aun aceptando, en el mejor de los casos, que las consultas hubieran sido realizadas por individuos diferentes, la cifra de 5.564 resulta absolutamente irrelevante si se contrasta con la lista nominal que se encontraba conformada por 77.470,785 electores.

Aquí lo grave radica no solo en la inobservancia de un precepto legal que, dicho sea de paso, no representó ninguna sanción para los infractores, sino el evidente rechazo que se manifiesta en el comportamiento del Consejo Electoral frente a sus compromisos de promover el desarrollo de procesos electorales más equitativos y por ende democráticos, y por otro de garantizar que los ciudadanos obtengan la información suficiente y de calidad sobre la cual definan y decidan su voto.

### **De contraloría ciudadana a gerencia administrativa de los partidos**

Lo referido en el apartado anterior ilustra con una claridad meridiana el alejamiento del IFE –específicamente de los consejeros electorales “ciudadanos”– de los intereses particulares de

la sociedad civil, de la que se consideran “representantes”.

Este alejamiento resulta evidente en la declaración del consejero Gómez Alcántar cuando rechaza realizar ruedas de prensa para presentar los resultados, porque “podríamos correr el riesgo de convertirnos en rehenes de un debate político que evidentemente no nos corresponde”. A confesión de parte, relevo de pruebas. Con su dicho el consejero Gómez exhibe su desconocimiento sobre el objetivo que persigue el monitoreo para garantizar la equidad en la cobertura de las contiendas y el suministro de información de calidad, o bien su intención de mantener en la opacidad el tratamiento desigual que los medios electrónicos otorgaron a los diversos partidos y soslayar la pobreza de sus contenidos informativos. Al contrario de lo expuesto por el consejero, el debate en cuestión no solamente les corresponde sino que son responsables de vigilar y garantizar tanto la equidad en las contiendas como la calidad de la información.

También resulta ilustrativa de la claudicación a su compromiso con los ciudadanos, la negativa expresada de facto de difundir a través de *spots* promocionales los resultados que arrojaban los reportes que en su momento suministró la UNAM. El argumento del consejero Sánchez Gutiérrez acerca de la “dificultad” para difundir el resultado del monitoreo de “250 y 300 noticieros de todo el país”, resulta, por decir lo menos, falaz. En primer lugar,

fueron 238 noticieros de radio y 137 de televisión los monitoreados. En segundo lugar, la supuesta dificultad exhibe la ignorancia sobre los recursos de este producto audiovisual para emitir un mensaje en 30 segundos, o la intención de obstaculizar la difusión del comportamiento de los medios. Si bien cualquier creativo de cualquier agencia publicitaria convendría en la imposibilidad de concentrar en un *spot* el resultado del monitoreo de “todas” las estaciones, también es cierto que cualquier creativo tendría la capacidad de elaborar, con la información derivada del monitoreo, un mensaje o una serie de mensajes que ilustraran de manera ejemplar el tratamiento que los medios otorgaban a las campañas. Por ejemplo, un *spot* que mostrara el comportamiento de los noticieros estelares de Televisa y TV Azteca hubiera sido no solo posible, sino deseable y plausible.

No resulta excesivo, por tanto, aventurar una conclusión en el sentido de que en las elecciones del 2009 el comportamiento de los consejeros que integran el IFE, respecto a la difusión de los monitoreos, fue el de evitar por todos los medios posibles que sus resultados alcanzaran la visibilidad que solo los medios masivos hacen posible. Evidentemente, los consejeros, por un lado, optaron por evitar cualquier tipo de confrontación con las poderosas empresas de medios, y por otro, prefirieron mantener en la opacidad el tratamiento inequitativo que los noticieros otorgaron a las cam-

paññas. Habida cuenta de que tanto el PRI, el PAN y, en menor grado, el PRD obtenían una cobertura preferente. Empero, la responsabilidad sobre este comportamiento no recae solo en las intervenciones de los consejeros Gómez Alcántar, Sánchez Gutiérrez y Valdés Zurita, sino que fue convalidada mediante el silencio por los demás consejeros.

Finalmente, lo que sucede es que el IFE ha terminado por identificarse a sí mismo como una instancia gerencial de administración al servicio de los intereses de los partidos políticos. Por una parte, el desinterés e incumplimiento frente al único artículo de la nueva reforma que se relacionaba con el interés particular de la ciudadana, respecto a la calidad de la información sobre el proceso. Por la otra, el descomunal esfuerzo y el oneroso presupuesto –25 millones de dólares– que este mismo IFE desarrolló para cumplir con la meticulosidad que cualquier contador despliega respecto a los libros de una empresa, la distribución de los espacios de publicidad política (*spots*) que correspondían a los diversos partidos y la vigilancia de su estricto cumplimiento por las empresas de medios. Los indicadores que confirman su transformación son el alejamiento de los intereses ciudadanos, la subordinación a los partidos políticos y el temor frente a los empresarios de los medios. Por lo expuesto, específicamente en lo relativo al monitoreo de cobertura informativa, el IFE

ha dejado desde hace tiempo de cumplir con el requisito básico de realizar la “observación independiente e imparcial”, que se exige para los organismos que llevan a cabo monitoreos comprometidos con los intereses ciudadanos.

### **La prensa escrita: Un actor ausente en el monitoreo de medios**

Un vacío importante que se observa en el monitoreo del IFE consiste en haber dejado fuera de este a la prensa escrita. Sin ofrecer mayores explicaciones, esta omisión apareció en 1994 y se ha mantenido desde entonces.

Es cierto que la hegemonía de los medios televisivos en el espacio público contemporáneo constituye su característica principal. En 2009, de acuerdo con los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), el 95,1 por ciento de los hogares en México contaba con receptores de televisión abierta y el 27,2 por ciento se encontraba suscrito al servicio de televisión de paga (Inegi 2009). Por otra parte, de acuerdo con la encuesta de la Secretaría de Gobernación, en el 2008 el 86,7 por ciento de los entrevistados reconoció que su información sobre los acontecimientos políticos la obtenía viendo los noticieros de televisión, el 52,2 por ciento mediante los noticieros de radio, el 43,0 por ciento por los periódicos, y solo el 8,0 por ciento señala la internet (Secretaría de Gobernación 2008).

De ahí que cobre sentido la relevancia que se otorga al monitoreo de los medios electrónicos sobre la prensa escrita, incluida su versión digital. Sin embargo, a pesar de las diferencias evidentes entre ambos medios, tanto en el alcance territorial como en el tamaño de sus audiencias, la prensa escrita siempre ha desempeñado un papel especial en los procesos políticos, por tanto en las elecciones. No es casual que los pocos Estados que han incorporado en su legislación electoral la obligación de realizar monitoreos de la cobertura noticiosa incluyan en su catálogo de medios los diarios editados en su localidad.

Si bien este flanco en particular ha venido siendo cubierto de manera muy importante por el sector académico, que ha experimentado un crecimiento constante en la elaboración de tesis y otros productos, dirigidos expresamente al análisis del comportamiento informativo de la prensa escrita en los procesos electorales, no pueden ser considerados, en sentido estricto, como monitoreo de medios. En efecto, además de que la publicación de estos trabajos se realiza cuando los procesos ya han concluido, la mayoría de ellos circula casi exclusivamente solo entre los interesados. Y muy pocos llegan a tener algún impacto sobre el comportamiento de los medios.

No obstante, el interés que en tiempos recientes han manifestado algunos organismos no gubernamentales por este tipo de ejercicio, así como el

surgimiento en varias instituciones académicas de lo que se conoce como “observatorio de medios”, hacen previsible que en un futuro próximo se perciba en una mayor cantidad de diarios el efecto positivo de la vigilancia ciudadana.

## Perspectivas

El panorama actual de la práctica de monitoreo de medios para la promoción de procesos electorales más equitativos y democráticos dista mucho de ser satisfactorio. La energía y la mística democrática que caracterizaban sus esfuerzos pioneros, se han transformado en un proceso burocrático-administrativo cada vez más alejado de los intereses ciudadanos. Frente a esta situación, como elementos correctivos se aprecian por lo menos tres tareas:

- *Restituir al monitoreo el espíritu de contraloría ciudadana.* Retornar a los orígenes, en síntesis. Ha quedado demostrado que con la institucionalización por el IFE el monitoreo de medios ha visto enormemente disminuida su capacidad fiscalizadora, y de paso, los ciudadanos fueron despojados de un instrumento valioso para la defensa de su derecho a obtener información plural, confiable y de calidad, como lo requiere una sociedad que se pretende democrática.

El paso del IFE y su Consejo General, particularmente sus con-

sejeros electorales, de ser el órgano fundamental de representación ciudadana en los procesos electorales a convertirse en una instancia gerencial administrativa de los intereses particulares de los partidos políticos, lo incapacita para asumir los compromisos que el monitoreo de medios entraña. No tienen ni la independencia ni la imparcialidad. Se precisa, por tanto, que para el cumplimiento de lo establecido en el artículo 76 se disponga la creación de una instancia conformada por activistas de organismos ciudadanos, vinculados específicamente con la promoción de elecciones democráticas, y que sean ellos quienes definan los procedimientos que se deben seguir para garantizar que los resultados del monitoreo alcancen una difusión masiva. Habría que puntualizar que dicha actividad sería, preferentemente, de carácter honorífico, y que el grupo contaría con el apoyo institucional para el cumplimiento del ordenamiento legal.

- *Pasar de la cuantificación del tiempo a la calidad del contenido informativo.* Una segunda tarea, esta de orden metodológico, es la de enfocar el análisis al contenido de la información. Ir más allá de la cuantificación (número de menciones) en la cobertura y de la valoración de la nota (positiva, neutral, negativa) que inevitablemente enfrenta la subjetividad del analista, y realizar

la evaluación del comportamiento noticioso de los medios con base en el cumplimiento de los criterios de calidad periodística: actualidad, proximidad, impacto, relevancia, equidad, estilo, énfasis (De la Tore y Táramo 2005).

- *Enfatizar la relación entre calidad de información mediática y calidad democrática.* Una tarea impostergable consiste en destacar la función del monitoreo de medios en la construcción de una democracia de calidad. Hay que insistir en que no se trata de una elocución meramente declarativa, sino de utilizar el instrumento para verificar si el proceso electoral, en uno de sus aspectos básicos, el de la información, cumple o no con tales requisitos. Por calidad de la democracia se entiende, en este trabajo, a los “procesos mediante los cuales la población selecciona y controla sus gobernantes” (Levine y Molina 2007). Se trata, pues, de un concepto que considera los aspectos procedimentales por encima de lo relativo al ejercicio gubernamental. La definición abarca “cinco dimensiones conceptuales”,<sup>5</sup> de las cuales las dos primeras –decisión electoral y participación– fundamentan su condición democrática en la vigencia del derecho de la libertad de expresión y el acceso irrestricto a fuentes al-

ternativas y plurales de información. Parafraseando a Dahl, los autores afirman que “la calidad de la democracia depende directamente de la medida en que los ciudadanos alcancen el mayor y más igualitario nivel de información posible”.

Es, entonces, el nivel de acceso a estos recursos políticos cognitivos lo que garantiza no solamente que las decisiones políticas del electorado puedan calificarse de informadas, sino que también constituye un *indicador de la igualdad política*, condición básica de una sociedad democrática.

## Bibliografía

- ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús (enero-junio del 2004). “Monitoreo de medios y democratización. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas”. *Comunicación y Sociedad 1*, Nueva época. Guadalajara: DECS/ Universidad de Guadalajara.
- . (2003). “Problemas metodológicos en el estudio de la cobertura informativa de los medios en los procesos electorales. Hacia una validación de la muestra”, en Russi, Bernardo (ed.). *Anuario de*

---

5 Decisión electoral, participación, respuesta a la voluntad popular, responsabilidad y soberanía.

- Investigación de la Comunicación X.* México D. F.: Coneicc.
- .(enero-junio del 2000). “La investigación académica sobre el papel de los medios de comunicación en los procesos electorales en México”. *Comunicación y Sociedad* 37. Guadalajara: DECS/Universidad de Guadalajara.
- ACOSTA VALVERDE, Miguel y Luz Paula PARRA ROSALES (1995). *Los procesos electorales en los medios de comunicación. Guía para el análisis de contenido electoral en México.* México D. F.: AMDH/Universidad Iberoamericana.
- ÁLVAREZ ICAZA, Emilio. “Medios y sociedad civil: Una alianza para el control político”. *Razón y Palabra* 18. <[www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n18/](http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n18/)>.
- BOBBIO, N. (1986). *El futuro de la democracia.* México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- DAHL, Robert A. (1998). *On Democracy.* New Haven: Yale University Press.
- DE LA TORRE, Lidia y Teresa TÁRAMO (2005). “Medición de la calidad periodística: La información y su público”. *DOXA* 3. São Paulo: Universidad CEU.
- EL UNIVERSAL (21 de mayo del 2009). “UNAM pide prórroga a IFE para entregar monitoreo”. *El Universal.* México D. F.
- .(7 de enero del 2009). “Monitoreo de spots costará a IFE 25 mdd”. *El Universal.* México D. F.
- .(10 de abril del 2006). “Hay equidad en medios, señala IFE”. *El Universal.* México D. F.
- .(24 de febrero del 2006). “IFE niega omisiones en monitoreo”. *El Universal.* México D. F.
- .(10 de noviembre del 2005). “Exigen nueva contratación de monitoreo de campañas”. *El Universal.* México D. F.
- .(10 de julio del 2003a). “Acaparó PRI los noticiarios”. *El Universal.* México D. F.
- .(10 de julio del 2003b). “Sancionarán a empresa de monitoreo: Peschard”. *El Universal.* México D. F.
- .(3 de marzo del 2000). “Incipiente igualdad para campañas en medios: IFE”. *El Universal.* México D. F.
- .(1 de marzo del 2000). “Critican consejeros del IFE la cobertura al proceso electoral”. *El Universal.* México D. F.
- IFE (31 de marzo de 2009). Acuerdo del Consejo General (CG127/2009). México D. F.: IFE.
- .(2009). Informe general sobre la implementación de la reforma electoral, durante el proceso 2008-2009. Tomo I. México D. F.: IFE, Secretaría Ejecutiva.
- .(2009). *Plan integral del proceso electoral federal 2008-2009. Octavo informe, 1 de mayo - 16 de junio del 2009.* México D. F.: IFE.
- INEGI (2009). *Encuesta sobre disponibilidad y uso de TIC en los hogares.* México D. F.

- MILENIO (5 de junio de 2009). "Defienden el monitoreo de la UNAM a radio y TV". *Milenio*. México D. F.
- . (4 de junio del 2009). "Reprocha la CIRT reporte de monitoreo electoral". *Milenio*. México D. F.
- NORRIS, Robert y Patrick MERLOE (2002). *Media monitoring to promote democratic elections. An NDI Handbook for citizen organization*. Washington DC: National Democratic Institute for International Affairs.
- SÁNCHEZ GUTIÉRREZ, Arturo (2000). "Monitoreos de las campañas electorales de los partidos políticos en noticieros de radio y televisión realizados por el Instituto Federal Electoral en 1994 y 1997, y la propuesta para el año 2000". *Cuaderno de Trabajo IFE* 1. <[http://www.ife.org.mx/documentos/CFD/anexos/pdf/monipp94\\_97.pdf](http://www.ife.org.mx/documentos/CFD/anexos/pdf/monipp94_97.pdf)>.
- SECANELLA, Petra María (1983). *El periodismo político en México*. Barcelona: Mitre.
- SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN (2008). *Encuesta nacional sobre cultura política y prácticas ciudadanas*. México D. F.
- SOSA PLATA, Gabriel (abril-mayo de 1997). "Legislación, procesos electorales y medios electrónicos en México". *Revista Mexicana de Comunicación* 48. México D. F.
- TELEVISA-NOTIMEXL (23 de diciembre del 2008). "IFE prevé administrar más de 23 millones de spots en 2009". México D. F.
- TREJO DELARBRE, Raúl (2001). *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. México D. F.: Cal y Arena.
- W RADIO (26 de mayo del 2009). "Paga IFE más de 26 millones de pesos a UNAM por monitoreo de noticieros". W Radio. México D. F.