

ANEXO 1

LINEAMIENTOS GENERALES QUE, SIN AFECTAR LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA LIBRE MANIFESTACIÓN DE LAS IDEAS NI PRETENDER REGULAR DICHAS LIBERTADES, SE RECOMIENDAN A LOS NOTICIEROS, RESPECTO DE LA INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE PRECAMPAÑA Y CAMPAÑA, DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y DE LAS CANDIDATURAS INDEPENDIENTES DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2023-2024, EN CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 160, NUMERAL 3 DE LA LEY GENERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES

Julio de 2023

Índice

1. Premisas.....	2
2. Lineamientos Generales	3
I. La equidad y presencia en los programas que difunden noticias	3
II. Prohibición constitucional de transmitir publicidad o propaganda como información periodística y noticiosa.....	5
III. Las opiniones y las notas	6
IV. El derecho de réplica.....	7
V. La vida privada de las personas precandidatas y candidatas.....	7
VI. Promoción de los programas de debate entre las candidaturas.....	8
VII. No discriminación.....	9
VIII. Igualdad de género.....	12
IX. Violencia política contra las mujeres en razón de género	13
X. Candidaturas independientes	14
XI. Reelección.....	14
XII. Las noticias falsas (<i>fake news</i>) en los procesos electorales	14
XIII. Coberturas regionalmente diversas.....	16
XIV. Denuncia de agresiones o amenazas dirigidas a personas precandidatas o candidatas	16

1. PREMISAS

El objetivo de estos Lineamientos Generales es exhortar a los medios de comunicación a sumarse a la construcción de un marco de competencia electoral transparente y equitativa que propicie elecciones sin descalificación ni discordia y que permitan llevar a la ciudadanía la información necesaria para la emisión de un voto razonado e informado.

Estos Lineamientos Generales no constituyen pautas coercitivas para los medios de comunicación. Deben ser entendidos como guías orientadoras que pretenden encauzar un comportamiento y de ninguna manera imponer una conducta. Lo anterior, en pleno respeto a la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas consagradas por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución) y los instrumentos internacionales que en materia de derechos humanos ha suscrito el Estado mexicano.

El Instituto Nacional Electoral (INE) considera que la libertad de expresión que ejercen los medios de comunicación debe estar relacionada con el derecho de la población a recibir información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, así como con el derecho de las precandidaturas y candidaturas a contender en igualdad de circunstancias y al respecto de su dignidad como personas.

Conciliar la libertad de expresión con el derecho a la información contribuirá a que las precampañas y campañas del Proceso Electoral Federal (PEF) 2023-2024 se desarrollen en un contexto de equidad, así como al fortalecimiento del voto informado, libre y razonado por parte de la ciudadanía.

Tal como lo establecen la Constitución y la Convención Americana sobre Derechos Humanos, toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Esto comprende la libertad de acceder a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

Estos Lineamientos Generales deben tener como punto de partida los avances constitucionales en materia de telecomunicaciones y radiodifusión. En particular, el numeral II, Apartado B del artículo 6 de la Constitución define a la radiodifusión como un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información.

Al respecto, las coberturas de las actividades de precampaña y campaña deben garantizar el derecho a la información de la ciudadanía porque los concesionarios tienen la obligación de difundir información plural, completa y veraz, en este caso, de las actividades de los partidos políticos, las precandidaturas y candidaturas. Lo anterior, atendiendo a la naturaleza del servicio público que prestan.

Los medios de comunicación son de vital importancia para el sistema democrático, al brindar información necesaria para que la ciudadanía ejerza su derecho al voto de forma razonada e informada. Es indudable que los medios de comunicación juegan un papel fundamental para informar a la población sobre las plataformas electorales y actividades de los partidos políticos, precandidaturas, candidaturas y coaliciones. Por ello, no deben ejercer militancia e influir en la orientación del voto ciudadano.

En razón de lo anterior se expiden los siguientes Lineamientos Generales aplicables a los programas en radio y televisión que difundan noticias durante el PEF 2023-2024.

2. LINEAMIENTOS GENERALES

I. LA EQUITAD Y PRESENCIA EN LOS PROGRAMAS QUE DIFUNDEN NOTICIAS

1. La equidad en la difusión y cobertura informativa de las actividades de precampaña y campaña implica la igualdad de oportunidades de todos los partidos políticos, coaliciones, precandidaturas y candidaturas, a efecto de que ninguna persona contendiente tenga ventaja sobre otras en función de su fuerza electoral, propiciando, en la medida de lo posible que cualquier partido, coalición precandidatura o candidatura pueda contender en condiciones de equidad en el proceso electoral.

En este sentido, a fin de que los concesionarios garanticen, en la prestación del servicio público los derechos asociados a la contienda política a votar y ser votada o votado, a la información y a la libertad de expresión, la equidad en la difusión y cobertura informativa es un principio esencial para que exista equilibrio en cualquier competencia electoral, entendiéndose éste como la posibilidad de que todas las partes involucradas y los actores políticos sean tratados con igualdad de criterio en los espacios informativos dedicados a cubrir el proceso electoral.

2. Respecto de los espacios de información que los noticieros dediquen a todos y cada uno de los partidos políticos, coaliciones, precandidaturas y candidaturas, como parte del criterio de equidad y de manera democrática, deberán procurar una cobertura equitativa estableciendo tiempos de

participación libre de estereotipos o cualquier forma de discriminación, de manera tal que permita la presencia de todas y cada una de las personas contendientes dentro de los espacios informativos, así como la difusión de las respuestas de las personas aludidas en las piezas informativas.

3. Como parte del criterio de equidad y de manera democrática en la difusión de información electoral deberá haber trato homogéneo en el número de entrevistas realizadas a las personas integrantes de las distintas fuerzas políticas en los reportajes elaborados sobre las precampañas y campañas a lo largo de todo el país; en la presencia de personas representantes de los actores políticos en los programas de análisis; en los de debates; en la forma de privilegiar las notas entre los partidos; en la distinción entre el anecdotario de precampaña y campaña, así como en la oferta política de las candidaturas. Se recomienda que la cobertura noticiosa de todas las personas precandidatas y candidatas se realice en los mismos programas y horarios, buscando así el trato equitativo de todas las personas contendientes.
4. Queda comprendida en el criterio de equidad la presentación imparcial, neutral y objetiva, por medio de una sección o espacio dedicado especialmente a las precampañas y campañas electorales. Esto sin que necesariamente se deba modificar el formato establecido por el programa que difunda noticias. De esta manera, se protege la libertad del sufragio, pues las audiencias podrán identificar las alternativas que se presentan, descartando las anécdotas y opiniones ajenas. De igual manera, la equidad deberá reflejarse en la difusión equitativa de entrevistas y reportajes de las diversas opciones políticas en igualdad de oportunidades y con la presencia equilibrada de los diversos actores en los programas noticiosos.
5. Los noticieros procurarán que la cobertura de las precampañas y campañas promueva la confrontación de ideas, diagnósticos y propuestas para la formación de una postura informada de la ciudadanía sobre las personas contendientes, su historia y trayectoria, respetando la vida privada de estas últimas.
6. La equidad informativa implica también que los programas que difundan noticias ofrezcan los mismos recursos técnicos para cubrir las actividades de precampaña y campaña de las diferentes personas precandidatas y candidatas, con el mismo tipo de lenguaje e imagen, libres de estereotipos o cualquier tipo de discriminación, además de incluir la presencia de las personas candidatas en los cintillos informativos. Para ello, los medios procurarán cuidar el proceso de grabación, selección y edición de las imágenes que se incorporarán al texto informativo.

Lo anterior es fundamental para que la audiencia reciba la información sobre las diferentes precampañas y campañas en el mismo formato y calidad. Con ello se busca que la ciudadanía modele su criterio con base en información transmitida con la mejor calidad posible y centre su atención en los contenidos de las precampañas y campañas.

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

7. La reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, específicamente los artículos 6, Apartado B, numeral IV de la Constitución y 238 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, señalan la prohibición de transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa. Lo anterior, a fin de proteger el derecho de la ciudadanía y los derechos de las audiencias.

En consecuencia, los programas que difundan noticias deberán abstenerse de presentar publicidad en forma de noticias. Esta modalidad de transmisión presentada como información periodística es una práctica violatoria del derecho a la información, por lo que al ser la radiodifusión un servicio público de interés general debe existir un compromiso por parte de los concesionarios para atender la prohibición constitucional. Por ello, los concesionarios deberán incluir en su transmisión elementos que permitan diferenciar los espacios noticiosos de los espacios comerciales.

8. La cobertura de las precampañas y campañas electorales en los espacios noticiosos deberá cumplir con lo señalado en el artículo 6, Apartado B, numeral IV de la Constitución. Al respecto, es necesario tener presente el artículo 41 Base VI de la Constitución que señala que “la ley establecerá el sistema de nulidades de las elecciones federales o locales por violaciones graves, dolosas y determinantes” entre otros, cuando “b) Se compre o adquiera cobertura informativa o tiempos en radio y televisión fuera de los supuestos previstos en la ley.”
9. Conforme a lo establecido en el artículo 78 bis numeral 6 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, para efectos de lo dispuesto en la Base VI del artículo 41 de la Constitución, se presumirá que se está en presencia de cobertura informativa indebida cuando, tratándose de programación y de espacios informativos o noticiosos, sea evidente que, por su carácter reiterado y sistemático, se trata de una actividad publicitaria dirigida a influir en las preferencias electorales de la ciudadanía y no de un ejercicio periodístico.

III. LAS OPINIONES Y LAS NOTAS

- 10.** A fin de salvaguardar las libertades de expresión, información y de fortalecer el Estado Democrático de Derecho, no serán objeto de inquisición judicial ni censura, las entrevistas, opiniones, editoriales, y el análisis de cualquier índole que, sin importar el formato sean el reflejo de la propia opinión o creencias de quien las emite.
- 11.** Se recomienda que los noticieros establezcan una clara diferencia entre la información noticiosa y las opiniones, lo cual coadyuva a enriquecer la cobertura de las precampañas y campañas electorales, permitiendo que la ciudadanía, como un derecho de la audiencia, cuente con mejores elementos para emitir un voto razonado, a fin de garantizar el derecho a la información, como la libertad de expresión y difusión. Esta diferencia se puede establecer de forma sencilla, ya sea con elementos gráficos, como las cortinillas o con una mención explícita de que lo que se está mencionando es una opinión.
- 12.** Dentro de las opiniones, garantizadas por la libertad de expresión, se debe privilegiar la responsabilidad las personas comunicadoras mediante una crítica respetuosa y abierta hacia las personas precandidatas, candidatas, partidos políticos y coaliciones.
- 13.** Las notas informativas procurarán incluir una descripción clara y completa de los acontecimientos, sin estereotipos o cualquier forma de discriminación cuando se hable de las personas, el contexto de las declaraciones y, sobre todo, de las propuestas de las personas candidatas de los partidos políticos y coaliciones, así como de las candidaturas independientes, procurando darle mayor relevancia a las propuestas políticas que a las cuestiones relacionadas con la vida privada de quienes contienden por un puesto de elección popular.
- 14.** Los programas de análisis, debate y opinión son de la mayor importancia, ya que por medio de ellos el electorado puede conocer la pluralidad de opciones y puntos de vista que componen el espectro político nacional que se manifestará abiertamente durante las precampañas y campañas electorales. Asimismo, es importante que estos programas fomenten una democracia participativa en la que exista y se procure una ciudadanía con criterio individual y capacidad de discernir entre las diferentes propuestas planteadas por las personas precandidatas, candidatas, partidos políticos y coaliciones.
- 15.** El contenido de las opiniones que se emitan en los programas a los que se aluden en el numeral que antecede es responsabilidad de las personas analistas, estudiosas o participantes que las emiten, en el ejercicio de su libertad de expresión y de libre manifestación de ideas, en el entendido que la confrontación y análisis de los puntos de vista de todas las personas que

contienen, sin discriminación ni exclusiones de ninguna naturaleza, son elementos imprescindibles que distinguen a estos espacios de expresión.

IV. EL DERECHO DE RÉPLICA

- 16.** La ley reglamentaria del artículo 60, párrafo primero de la Constitución en Materia de Derecho de Réplica, de acuerdo con la última modificación publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de mayo de 2018, señala en el Artículo 3, párrafo 5, lo siguiente:

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

- 17.** El INE reconoce que los medios de comunicación deben fomentar que los espacios noticiosos sirvan de foro para el intercambio de comentarios y críticas; sin embargo, lo anterior no es impedimento para decir que la información errónea, si no se aclara inmediatamente puede tener efectos negativos en el desarrollo de la contienda electoral. Lo anterior, debido a que las personas comunicadoras tienen la responsabilidad de proyectar una visión periodística lo más apegada a la realidad.
- 18.** Los programas noticiosos pueden ayudar a elevar la calidad del debate político mediante la difusión de información veraz y objetiva, evitando deformar hechos o situaciones referentes a las actividades de las personas precandidatas y candidatas, partidos políticos o coaliciones.
- 19.** Se reconoce que la libre manifestación de las ideas no es una libertad más, sino que constituye uno de los fundamentos del orden político en un Estado constitucional Democrático de Derecho.

V. LA VIDA PRIVADA DE LAS PERSONAS PRECANDIDATAS Y CANDIDATAS

- 20.** De conformidad con lo indicado en la Constitución, la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público. Éste es el espíritu que anima la presente sugerencia.

21. Las personas que se ocupan en labores informativas y noticiosas deberán respetar el derecho que existe a la vida privada, en la medida en que ésta no tenga implicaciones para el interés público. De ser el caso, la difusión de información que trastoque el derecho a la vida privada deberá estar plenamente justificada en el interés y debate público que la revista. La relevancia pública dependerá en todo caso de situaciones históricas, políticas, económicas y sociales que, ante su variabilidad, se actualizará en cada caso concreto. Consecuentemente, la vida privada de las personas candidatas debe quedar resguardada, evitando menciones injustificadas a su intimidad en los noticieros o en la obtención del material incluido en ellos.
22. Los medios de comunicación procurarán privilegiar las propuestas de las personas candidatas por encima de las alusiones a su vida privada y de las anécdotas que puedan interferir con el desarrollo pleno de las precampañas y campañas electorales cuando su conocimiento sea trivial para el interés o debate público. En el entendido de que, al ser figuras públicas, su labor también se encuentra sustentada en un margen de tolerancia más amplio porque en los debates de ideas, propuestas y discusiones deben ser aún más tolerantes a cualquier crítica.
23. No obstante lo anterior, se recomienda a los medios de comunicación la elaboración de guías o directrices para el tratamiento de este tema. Esto, poniendo especial énfasis en la aplicación de la perspectiva de género, a fin de que las menciones sobre la vida privada no afecten de forma desproporcionada a las mujeres.

VI. PROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE DEBATE ENTRE LAS CANDIDATURAS

24. La normativa electoral señala que por debates se entienden “aquellos actos públicos que únicamente se pueden realizar en el período de campaña, en los que participan las candidaturas a un mismo cargo de elección popular con el objeto de exponer y confrontar entre sí sus propuestas, planteamientos y plataformas electorales, a fin de difundirlos como parte de un ejercicio democrático, bajo un formato previamente establecido y con observancia de los principios de equidad y trato igualitario, sin que afecte la flexibilidad de los formatos”.¹ Los medios de comunicación son agentes indispensables para impulsar este tipo de ejercicios de libre intercambio de ideas y de comunicación política en una sociedad democrática.
25. La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales dispone que los medios de comunicación nacional y local podrán organizar libremente debates entre candidaturas siempre que se cumpla, como mínimo con lo siguiente:

¹ Artículo 304, numeral 1 del Reglamento de Elecciones.

- i. Se comunique al INE o a los Organismos Públicos Locales Electorales, según corresponda;
 - ii. Participen al menos dos candidaturas a la misma elección, previa convocatoria a todas las candidaturas registradas;² y
 - iii. Se establezcan condiciones de equidad en el formato.³
26. Los medios de comunicación, como se mencionó con anterioridad, desempeñan un papel fundamental al momento de alentar y apoyar la celebración de debates, asegurando el más amplio ejercicio de la libertad de expresión, el derecho a la información, la equidad en la contienda electoral y el concurso de quienes participan en el proceso electoral.
27. Las personas comunicadoras procurarán privilegiar en todo momento el diálogo abierto entre las candidaturas como un mecanismo de comunicación con la ciudadanía, de modo que el electorado cuente con herramientas suficientes para deliberar y ejercer su voto de manera libre, informada y razonada. Se recomienda consolidar una estructura que sea más periodística y que permita confrontar el debate de las ideas y plataformas electorales.
28. La realización, organización y transmisión de debates permitirá a la ciudadanía conocer en un mismo programa los puntos de divergencia o convergencia entre las posturas de las candidaturas, partidos políticos y coaliciones que participan en la contienda electoral.

VII. NO DISCRIMINACIÓN

29. En la información relacionada con el proceso electoral que sea difundida en los programas de noticias y opinión se evitará todo tipo de discriminación. La Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación señala que discriminación es “toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que, por acción u omisión, con intención o sin ella, no sea objetiva, racional ni proporcional y tenga por objeto o resultado obstaculizar, restringir, impedir, menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos y libertades, cuando se base en uno o más de los siguientes motivos:

² En relación con este punto, al resolver la Acción de Inconstitucionalidad 22/2014 y sus acumuladas, la Suprema Corte de Justicia de la Nación señaló que el artículo 218 numeral 6, inciso b) de la LGIPE debe entenderse en el sentido que existe la obligación de los organizadores de los debates de convocar en forma fehaciente a todas las candidaturas registradas para el mismo cargo y añadió que de esta forma se satisface el principio de imparcialidad. Además, dicha previsión concuerda con lo dispuesto por el artículo 314, numeral 4 del Reglamento de Elecciones.

³ Artículo 218, numeral 6 de la LGIPE.

el origen étnico o nacional, el color de piel, la cultura, el sexo, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, económica, de salud física o mental, jurídica, la religión, la apariencia física, las características genéticas, la situación migratoria, el embarazo, la lengua, las opiniones, las preferencias sexuales, la identidad o filiación política, el estado civil, la situación familiar, las responsabilidades familiares, el idioma, los antecedentes penales o cualquier otro motivo”.⁴

El objetivo es que los medios de comunicación contribuyan en la construcción de una democracia sustantiva, así como que la ciudadanía tenga acceso a información de todo tipo respecto de todas las opciones políticas, sin que exista algún sesgo en razón de las categorías mencionadas anteriormente.

30. La no discriminación durante el proceso electoral debe traducirse en que los medios de comunicación cubran, en condiciones de igualdad, a todas las candidaturas y sus propuestas, en la diversidad de la difusión y acceso a la información, así como en la presentación o reproducción de la información libre de roles o estereotipos contra los grupos en situación de discriminación.
31. Se recomienda implementar estrategias para lograr que estos grupos de la población sean representados en los medios de comunicación; es decir, que la información que se genere y difunda en el marco de los procesos electorales les incluya, les visibilice y no se base en prejuicios o imágenes que vulneren el principio de igualdad. Asimismo, se recomienda el uso de un lenguaje incluyente y no sexista, acorde a la realidad y sin calificativos raciales, étnicos, sexuales o situacionales (económica, de salud, edad, etc.), que puedan incidir de manera negativa en el ejercicio de sus derechos.
32. En la difusión de las propuestas de las personas candidatas se debe promover el acceso en igualdad de condiciones a los espacios informativos mediante la presencia equilibrada en el número de entrevistas realizadas, reportajes, programas de análisis y debates. En consecuencia, ninguna persona que aspire a una candidatura o cuente con ella podrá ser objeto de censura o discriminación en razón de su sexo, identidad o expresión de género, orientación sexual, origen étnico, discapacidad, edad, o cualquier otro motivo.
33. Se recomienda que la cobertura se realice también desde una perspectiva interseccional; esto es, considerando la forma específica de discriminación de la que puede ser víctima una persona debido a sus características identitarias. Lo anterior, con la finalidad de prevenir y evitar sesgos en su contra en la difusión de la información.

⁴ Artículo 1, base III de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación.

34. Se recomienda que en la cobertura de las precampañas y campañas los medios de comunicación visibilicen la importancia del pluralismo, la igualdad, los derechos humanos y la diversidad.
35. Se recomienda que los medios desarrollen estrategias encaminadas a visibilizar y difundir, en condiciones de igualdad, las propuestas de las candidaturas que pertenezcan a grupos en situación de discriminación para garantizar el ejercicio y goce efectivo de sus derechos político-electorales y promover su inclusión y participación en la vida pública.
36. Se considera vital que, dentro de dichas estrategias, se pueda permitir a las precandidaturas o candidaturas pertenecientes a comunidades indígenas comunicarse en el idioma que éstas prefieran. Para ello, se sugiere que, en su caso, los programas cuenten con traducción simultánea.
37. Se sugiere que los noticiarios informen si las precandidaturas o candidaturas a las que se está dando cobertura pertenecen a un grupo en situación de discriminación y si, en su caso, aspiran a un cargo público mediante una acción afirmativa y cuál es ésta. Es importante que, al otorgar esta cobertura, los medios no generen actos de discriminación contra la persona postulada.
38. Se recomienda a los medios de comunicación informar sobre acciones que perjudiquen el ejercicio de los derechos político-electorales de las mujeres y otros grupos en situación de discriminación durante el desarrollo de los procesos electorales. A manera de ejemplo se puede considerar:
 - i. La postulación por medio de acciones afirmativas de personas que no pertenecen a grupos en situación de discriminación —es decir, casos de simulación de pertenencia a estos grupos para obtener postulaciones.
 - ii. Restricciones en el acceso a prerrogativas, incluyendo el financiamiento público para la obtención del voto y el acceso a los tiempos en radio y televisión.
39. Se sugiere que los noticiarios tomen acciones en favor de la inclusión de las personas que viven con discapacidad. Esto, tanto en la información que se difunde de este grupo de personas, usando un lenguaje incluyente y sin estereotipos, como en facilitar el acceso a la información de estas audiencias; por ejemplo, incluyendo traducción simultánea en lenguaje de señas.

VIII. IGUALDAD DE GÉNERO

40. Es recomendable que en la información relativa a las precampañas y campañas electorales se utilice un lenguaje no sexista e incluyente; es decir, que en sus expresiones verbales, escritas, gestuales o visuales, se visibilice la presencia de todos los grupos de la sociedad en el ámbito público y político y eviten normalizar las desigualdades existentes entre hombres y mujeres, eliminando la subordinación, la humillación y el uso de estereotipos de género, con la finalidad de fomentar una cultura de igualdad y respeto a los derechos humanos.
41. En la cobertura de las campañas electorales se recomienda a los noticieros evitar el uso de estereotipos de género que reproduzcan relaciones de dominación, desigualdad o discriminación contra las mujeres y que tengan como fin menoscabar su imagen pública o limitar sus derechos políticos y electorales, por ejemplo, evitando el uso de imágenes que cosifiquen, objetivicen o vulneren su dignidad o que fomenten roles tradicionales de lo “femenino” y lo “masculino”.
42. Se recomienda a los noticieros evitar la divulgación de imágenes, mensajes o información privada de las mujeres precandidatas, candidatas o aquellas que ejercen un cargo público, por cualquier medio físico o virtual, que tenga como propósito desacreditarlas, difamarlas, denigrarlas y poner en entredicho su capacidad o habilidades para la política, con base en estereotipos o roles de género, así como cualquier otra forma análoga que lesione o sea susceptible de dañar la dignidad, integridad o libertad de las mujeres en el ejercicio de un cargo de poder o de decisión, que afecte sus derechos políticos electorales.
43. Se sugiere a los medios de comunicación que refuercen la capacitación de su personal para que éste pueda aplicar una perspectiva interseccional a su labor periodística. Lo anterior, con el objetivo de promover la igualdad de género en la representación de mujeres o de personas de la diversidad sexual, tomando en consideración aspectos adicionales por los cuáles pueden sufrir discriminación, como el tono de piel, el nivel socioeconómico, vivir con alguna discapacidad, etc.
44. Se recomienda que los medios de comunicación impulsen activamente los derechos político-electorales de las mujeres en los programas que difunden noticias.
45. Es recomendable que los noticieros respeten la identidad de género de las personas precandidatas o candidatas a las que den cobertura. En

consecuencia, se sugiere que se reconozcan como tal a las personas no binarias, siempre y cuando éstas lo manifiesten así explícitamente.

IX. VIOLENCIA POLÍTICA CONTRA LAS MUJERES EN RAZÓN DE GÉNERO

- 46.** En la cobertura de las precampañas y campañas electorales, los noticiarios y medios de comunicación deberán evitar conductas o la difusión de información que pueda actualizar violencia política contra las mujeres en razón de género, entendida como “toda acción u omisión, incluida la tolerancia, basada en elementos de género y ejercida dentro de la esfera pública o privada, que tenga por objeto o resultado limitar, anular o menoscabar el ejercicio efectivo de los derechos políticos y electorales de una o varias mujeres, el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo, labor o actividad, el libre desarrollo de la función pública, la toma de decisiones, la libertad de organización, así como el acceso y ejercicio a las prerrogativas, tratándose de precandidaturas, candidaturas, funciones o cargos públicos del mismo tipo”.⁵ Asimismo, se señala que se, “entenderá que las acciones u omisiones se basan en elementos de género, cuando se dirijan a una mujer por su condición de mujer; le afecten desproporcionadamente o tengan un impacto diferenciado en ella”.⁶
- 47.** Los noticiarios deberán difundir una imagen igualitaria, plural y no estereotipada de las mujeres, orientada a promover y visibilizar su presencia y participación en la vida pública y política, incluyendo los cargos de toma de decisiones.
- 48.** En la información relacionada con los procesos electorales, los medios de comunicación evitarán la difusión de expresiones que difamen, calumnien, injurien, denigren o descalifiquen a las mujeres en ejercicio de sus funciones políticas, con base en estereotipos de género o con el objetivo de menoscabar su imagen pública o limitar o anular sus derechos.
- 49.** Los noticiarios evitarán en la cobertura todo tipo de prácticas que se basen en la premisa de inferioridad o superioridad de cualquiera de los géneros o en roles y estereotipos.
- 50.** Se recomienda que los medios de comunicación establezcan estrategias de capacitación para las personas profesionales de la comunicación: periodistas, reporteras, conductoras y locutoras, que comprenda directrices adecuadas que contribuyan a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas, así como los mecanismos de control para eliminar los estereotipos

⁵ Artículo 20 Bis, primer párrafo de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

⁶ Artículo 20 Bis, segundo párrafo de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

discriminatorios contra las mujeres y adoptar medidas para promover la igualdad de la representación de mujeres en los medios de comunicación.

X. CANDIDATURAS INDEPENDIENTES

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

XI. REELECCIÓN

54. Los medios deberán ajustar sus actos a las medidas que determine la autoridad electoral en la materia. En todo caso, se recomienda que los programas que difundan noticias no otorguen un trato diferenciado, en sentido negativo ni positivo, a las personas que busquen ser electas de manera consecutiva en un cargo. En consecuencia, se sugiere que los medios de comunicación apliquen lo contenido en los Lineamientos Generales de la misma forma que lo harían con cualquier otra precandidatura o candidatura.

XII. LAS NOTICIAS FALSAS (FAKE NEWS) EN LOS PROCESOS ELECTORALES

55. Las noticias falsas se refieren a información o imágenes que son normalmente sacadas de contexto para recircular la información y hacerla parecer verdadera, manipulando los acontecimientos naturales, sociales, políticos, económicos, culturales, históricos, entre otros, generando desconfianza en el estado de Derecho. El crecimiento en el uso del Internet, así como de nuevas tecnologías de comunicación han contribuido a la generación de un exceso en la desinformación.

56. Se recomienda que los medios de comunicación, en el manejo de las tendencias e información que tiene como origen las redes sociales y plataformas digitales, identifiquen las noticias falsas y la propaganda que tiene como objetivo la desinformación. Es necesario generar conciencia respecto al uso de las noticias falsas en el contexto del proceso electoral. De tal suerte que debe privilegiarse el derecho de las personas a buscar y recibir todo tipo de información, pero con la característica de idoneidad y realidad.
57. Es recomendable, realizar una verificación de la información, esto es, las fuentes de donde se extrae la noticia y la persona que la difunde en redes sociales y plataformas digitales. Asimismo, se sugiere contrastar la información; es decir, la nota realizada desde la labor periodística contra la información obtenida del internet.
58. Los medios de comunicación procurarán implementar filtros para privilegiar la difusión de la información veraz, sin distorsión, ni manipulación. Lo anterior, dentro de los programas que difunden noticias, como en las redes sociales de los propios programas.
59. Se sugiere que los medios de comunicación establezcan marcos de autorregulación, como códigos o normativas internas con estándares éticos y profesionales para la cobertura de precampañas y campañas electorales. Dentro de estos instrumentos se recomienda dar especial énfasis al combate a la difusión de información falsa, inexacta o sacada de contexto.
60. Con el objetivo de reducir los esfuerzos duplicados y mejorar el alcance de la verificación de las noticias es recomendable que los medios colaboren entre sí dentro del espacio que determinen ellos mismos, en pleno respecto a su libertad editorial y periodística.
61. Se sugiere que los medios de comunicación contemplen la posibilidad de colaborar con organizaciones especializadas en verificación de información para corroborar que la información obtenida de internet está verificada y se pueda difundir en los noticieros.
62. Si se considera que la colaboración con organizaciones de verificación de hechos no se ajusta a sus dinámicas internas, los medios de comunicación pueden considerar invertir, por un lado, en herramientas tecnológicas como los modelos de aprendizaje automático y, por otro, en integrar a su personal a especialistas en la verificación de información.
63. Se recomienda que los medios de comunicación establezcan o mejoren los estándares acerca de la información que difunden cuando ésta proviene de

redes sociales. Dichos estándares pueden incluir una difusión diferenciada dependiendo de si la fuente es fidedigna o si la información ha sido verificada, así como la inclusión de elementos, como cintillas o menciones expresas, que señalen que los hechos están pendientes de verificación.

XIII. COBERTURAS REGIONALMENTE DIVERSAS

- 64.** El artículo 256 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión establece que el servicio público de radiodifusión de interés general deberá, entre otras cosas, preservar la pluralidad de la información, la cual no puede existir sólo mediante un punto de vista centralizado. En consecuencia, se recomienda a los medios de comunicación, dentro de los límites de la libertad editorial y periodística, procuren que sus coberturas sean regionalmente diversas; es decir, que tomen en cuenta los acontecimientos que ocurren fuera de las principales ciudades del país.

XIV. COBERTURA SOBRE ACTOS DE VIOLENCIA POLÍTICA

- 65.** La violencia política entendida como una conducta de agresión o amenaza que atenta contra la integridad física de las personas precandidatas y candidatas representa un riesgo para la equidad en la contienda, por lo que se sugiere que los medios de comunicación informen en sus noticiarios sobre amenazas o agresiones dirigidas a las personas precandidatas o candidatas con el objetivo de fortalecer la cultura de denuncia.
- 66.** Se recomienda revisar de manera anticipada con la persona precandidata o candidata que está siendo víctima de agresiones o amenazas, a fin de determinar si la cobertura sobre el acto de violencia no la pone en mayor riesgo. Se sugiere tomar en cuenta no exponer datos personales o información que pueda obstaculizar las investigaciones. También es recomendable difundir las consecuencias legales de estas acciones.