

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 2026-2027, EN CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO POR EL ARTÍCULO 160, NUMERAL 3 DE LA LEY GENERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES

Julio de 2026

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	8
VI.	PROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE DEBATE ENTRE LAS CANDIDATURAS	9
VII.	NO DISCRIMINACIÓN	10
VIII.	IGUALDAD DE GÉNERO	13
IX.	VIOLENCIA POLÍTICA CONTRA LAS MUJERES EN RAZÓN DE GÉNERO	14
X.	CANDIDATURAS INDEPENDIENTES	15
XI.	REELECCIÓN	16
XII.	LAS NOTICIAS FALSAS (<i>FAKE NEWS</i>) EN LOS PROCESOS ELECTORALES	16
XIII.	COBERTURAS REGIONALMENTE DIVERSAS.....	18
XIV.	COBERTURA SOBRE ACTOS DE VIOLENCIA POLÍTICA.....	18
XV.	INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA COBERTURA ELECTORAL	18
XVI.	DISCURSOS DE ODIO EN LOS PROCESOS ELECTORALES	20

1. PREMISAS

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

No constituyen pautas coercitivas para los medios de comunicación. Son 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, derechos humanos consagrados en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución) y en la Convención Americana sobre Derechos Humanos, así como en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte.

La Constitución y la Convención Americana sobre Derechos Humanos señalan que 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. En los términos del artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, interpretado por la Corte Interamericana, la libertad de expresión se analiza en dos dimensiones, que se reclaman y sustentan mutuamente. Por una parte, existe la llamada dimensión individual, que asegura la posibilidad de utilizar cualquier medio idóneo para difundir el pensamiento propio y llevarlo al conocimiento de los demás. Los receptores potenciales o actuales del mensaje tienen, a su vez, el derecho de recibirlo: derecho que concreta la dimensión social de la libertad de expresión. Ambas dimensiones deben ser protegidas simultáneamente. Cada una adquiere sentido y plenitud en función de la otra¹.

En congruencia con este marco de derechos, el Instituto Nacional Electoral (INE) reconoce que la libertad de expresión de los medios de comunicación es fundamental para proteger el derecho de la ciudadanía a recibir información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, así como para garantizar que las precandidaturas y candidaturas participen en condiciones de igualdad y con pleno respeto a su dignidad.

¹ Corte Interamericana de Derechos Humanos, *La colegiación obligatoria de periodistas (arts. 13 y 29 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos)*, Opinión Consultiva OC-5/85, de 13 de noviembre de 1985, Serie A, núm. 5, párrs. 30-33; Sergio García Ramírez, Alejandra Gonza y Eréndira Ramos Vázquez, *La libertad de expresión en la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos: de la Opinión Consultiva OC-5/85, de 1985, a la sentencia sobre el Caso Carvajal y otros, de 2018*, Colección Chapultepec, Sociedad Interamericana de Prensa, 2018, pp. 16-18.

La adecuada armonización de la libertad de expresión y el derecho a la información contribuirá para que las precampañas y campañas del Proceso Electoral Federal (PEF) 2026-2027 se desarrollen en condiciones de equidad, fortaleciendo el ejercicio de un voto informado, libre y razonado por parte de la ciudadanía.

Los Lineamientos Generales parten del marco constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión. En particular, el numeral II, Apartado B del artículo 6 de la Constitución establece que la radiodifusión es un servicio público de interés general, cuya prestación debe realizarse en condiciones de competencia y calidad, brindando los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información.

En este contexto, los concesionarios de radio y televisión, en atención a la naturaleza del servicio público que prestan, desempeñan un papel relevante en la difusión de información plural, completa y veraz sobre las actividades de los partidos políticos, las precandidaturas, las candidaturas y las coaliciones, contribuyendo así al ejercicio del derecho de la ciudadanía a la información.

Los medios de comunicación son fundamentales en la democracia, ya que constituyen una de las principales vías mediante las cuales la ciudadanía conoce y evalúa las propuestas, plataformas y actividades de los actores políticos que participan en la contienda electoral. Por ello, resulta deseable que su labor informativa se desarrolle con apego a los principios de pluralidad, equilibrio, veracidad y respeto a los derechos de las personas involucradas en el proceso electoral.

En atención a la dimensión social de la libertad de expresión y a la obligación de las autoridades de promover, respetar y proteger los derechos humanos, que buscan fortalecer el derecho de la ciudadanía a recibir información plural, objetiva, oportuna y suficiente, se expiden los siguientes 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 2026-2027.

2. LINEAMIENTOS GENERALES

I. LA EQUIDAD Y PRESENCIA EN LOS PROGRAMAS QUE DIFUNDAN 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 equilibradas 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 a 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 la competencia electoral. Este equilibrio se entiende como la posibilidad de que los actores políticos, sean tratados en los espacios informativos dedicados a cubrir el proceso electoral con igualdad de criterios, los cuales deberán ser objetivos y transparentes.

2. Respecto de los espacios de información que los noticieros dediquen a todos y cada uno de los partidos políticos, coaliciones, precandidaturas y candidaturas, estos deberán, como parte del criterio de equidad y de manera democrática, procurar una cobertura equitativa estableciendo tiempos de participación libres de estereotipos o de cualquier forma de discriminación, de manera tal que permita la presencia de todas las personas contendientes dentro de dichos 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 los siguientes aspectos: 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 y de debate; 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 las personas precandidatas y candidatas se realice conforme a criterios editoriales objetivos y consistentes, procurando condiciones equilibradas, a fin de garantizar el trato equitativo entre ellas.
4. Queda comprendida en el criterio de equidad la presentación imparcial, neutral y objetiva de la información relativa a las precampañas y campañas electorales, por medio de una sección o espacio dedicado especialmente a estas, sin que ello implique necesariamente 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 las opiniones ajenas. De igual manera, la equidad deberá reflejarse en la difusión equitativa de entrevistas y reportajes de las diversas opciones

políticas, así como 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 precandidatas y 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 precampañas y campañas en el mismo formato y calidad, de manera que la ciudadanía pueda formar su criterio con base en información transmitida con la mejor calidad posible, centrando su atención en los contenidos de las precampañas y campañas.

7. Se recomienda a los programas que difundan noticias fortalecer la visibilidad de las precandidaturas y candidaturas pertenecientes a grupos históricamente discriminados, procurando su presencia en los espacios informativos, en condiciones de equidad respecto de las demás personas contendientes, mediante criterios editoriales objetivos y transparentes.

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

8. Los artículos 6, Apartado B, numeral IV de la Constitución y 231 de la Ley en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, señala la prohibición de transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa.

Los programas que difundan noticias deberán abstenerse de presentar publicidad en forma de noticias. Esta práctica, consistente en presentar publicidad como información periodística, es 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 lo anterior, se recomienda que las transmisiones incluyan

elementos claros y visibles que permitan diferenciar los espacios noticiosos de los espacios comerciales.

9. La cobertura de las precampañas y campañas electorales en los espacios noticiosos deberá apegarse a 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.”*
10. 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

11. 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. Lo anterior, a fin de salvaguardar las libertades de expresión, información y de fortalecer el Estado democrático de Derecho.
12. Se recomienda que los noticieros establezcan una clara diferencia entre la información noticiosa y las opiniones, ya que ello contribuye 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 diferenciación se puede establecer de forma sencilla, ya sea con elementos gráficos, tales como cortinillas o con una mención expresa que señale que el contenido corresponde a una opinión.

Asimismo, se recomienda que esta identificación se realice de manera visible o audible desde el inicio del segmento respectivo, a fin de que las audiencias puedan distinguir de manera inmediata entre contenidos informativos y de opinión.

13. Dentro del ámbito de las opiniones garantizadas por la libertad de expresión, deberá privilegiarse el ejercicio responsable de la labor de comunicación, mediante la formulación de críticas respetuosas y abiertas hacia las personas precandidatas, candidatas, partidos políticos y coaliciones.
14. Las notas informativas procurarán incluir una descripción clara y completa de los acontecimientos, del contexto de las declaraciones y de las propuestas de las personas candidatas de los partidos políticos, coaliciones y candidaturas independientes, libre de estereotipos o cualquier forma de discriminación hacia las personas. Asimismo, se recomienda dar mayor relevancia a las propuestas políticas que a las cuestiones relacionadas con la vida privada de quienes contienen por un puesto de elección popular.
15. 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, durante las precampañas y campañas electorales, componen el espectro político nacional. Asimismo, es importante que estos programas fomenten una democracia participativa en la que se procure una ciudadanía con criterio individual y capacidad de discernir entre las diferentes propuestas planteadas por las personas precandidatas, candidatas, así como por los partidos políticos y coaliciones.
16. El contenido de las opiniones que se emitan en los programas a los que se alude 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 de 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

17. El artículo 3, párrafo 5 de la ley reglamentaria del artículo 6o, párrafo primero de la Constitución en Materia de Derecho de Réplica, señala que *“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. (...)”*.
18. 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, ello no exime de señalar que la información errónea, si no se aclara

de manera oportuna, puede tener efectos negativos en el desarrollo de la contienda electoral. En este sentido, se recomienda que los medios de comunicación realicen la aclaración de forma proporcional y en condiciones similares a las de la información original, a fin de que alcance a la misma audiencia que tuvo acceso a esta, incorporando, en la medida de lo posible, formatos accesibles para la difusión.

19. Los programas noticiosos pueden ayudar a elevar la calidad del debate político mediante la difusión de información veraz y objetiva, evitando distorsionar hechos o situaciones referentes a las actividades de las personas precandidatas y candidatas, así como de los partidos políticos o coaliciones.
20. 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

21. 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.
22. 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 genere. 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, en los términos constitucionales y legales, evitando menciones injustificadas a su intimidad en los noticieros o en la obtención del material incluido en ellos.
23. 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, están sujetas a un margen de tolerancia más amplio frente a la crítica en los debates de ideas, propuestas y discusiones propios de la contienda electoral.

24. No obstante, se recomienda a los medios de comunicación la elaboración de guías o directrices para el tratamiento de este tipo de información, 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

25. La normativa electoral señala que por debates se entienden *“aquellos actos públicos que únicamente se pueden realizar en el periodo 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”*.² 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.
26. La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) dispone que los medios de comunicación nacional y local podrán organizar libremente debates entre candidaturas siempre que se cumpla, como mínimo con lo siguiente:
- i. Se comunique al INE o a los Organismos Públicos Locales Electorales, según corresponda;
 - ii. Participen al menos dos candidaturas a la misma elección; y
 - iii. Se establezcan condiciones de equidad en el formato.³
27. Los medios de comunicación 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, así como la equidad en la contienda electoral y el concurso de quienes participan en el proceso electoral.
28. Las personas comunicadoras procurarán privilegiar en todo momento el diálogo abierto entre las candidaturas, como un mecanismo que permita a la ciudadanía acceder a ese intercambio de posturas y contar con herramientas suficientes para deliberar y ejercer su voto de manera libre, informada y razonada. Por tanto, se

² Artículo 304, numeral 1 del Reglamento de Elecciones.

³ Artículo 218, numeral 6 de la LGIPE.

recomienda que dicho diálogo se consolide mediante una estructura periodística que propicie el debate de las ideas y plataformas electorales.

29. 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, así como de los partidos políticos y coaliciones que participan en la contienda electoral.
30. En la medida de lo posible, se recomienda incorporar medidas de accesibilidad e inclusión en la transmisión de los debates, tales como intérpretes de Lengua de Señas Mexicana, subtítulo y, en su caso, traducción a lenguas indígenas, a fin de garantizar el acceso a su contenido a las personas con discapacidad y a las personas integrantes de pueblos y comunidades indígenas.

VII. NO DISCRIMINACIÓN

31. 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 (LFPED) 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: 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”*. El mismo precepto establece, además, *“la homofobia, misoginia, cualquier manifestación de xenofobia, segregación racial, antisemitismo, así como la discriminación racial y otras formas conexas de intolerancia”*.⁴

Asimismo, dicha Ley señala que a) la discriminación directa es cuando una persona recibe un trato menos favorable que otra en una situación similar, por alguna causa relacionada con uno o varios de los motivos prohibidos de discriminación previstos en la presente Ley; b) la discriminación indirecta es aquella que se produce en la esfera pública o privada, cuando una disposición, un criterio o una práctica, aparentemente neutro, es susceptible de implicar una desventaja particular para las personas que pertenecen a un grupo específico, o

Comentado [DEPPP1]: Incluir la fracción completa falta el 2do párrafo

⁴ Artículo 1, base III de la LFPED.

los pone en desventaja, a menos que dicha disposición, criterio o práctica tenga un objetivo o justificación razonable y legítimo; c) discriminación estructural o sistémica se refiere al conjunto de normas, reglas, rutinas, patrones, actitudes y pautas de comportamiento que dan paso a una situación de inferioridad y exclusión contra un grupo de personas de forma generalizada, las cuales son perpetuadas a lo largo del tiempo; y d) discriminación por asociación es aquella que ocurre en razón de la relación y/o asociación a una persona o grupo de personas que tengan o les sean atribuidos los motivos previstos en la fracción III del artículo 1 de la LFPED.

En cualquiera de las formas, la discriminación compromete el ejercicio de los derechos humanos; por ello es primordial que los medios de comunicación se sumen a la construcción de una democracia sustantiva, así como que la ciudadanía tenga acceso a información plural respecto de todas las opciones políticas, sin que exista algún sesgo.

32. La no discriminación consiste 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.
33. 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, así como una cobertura intercultural y antirracista, 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.
34. 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.
35. Se recomienda que la cobertura se realice también desde una perspectiva interseccional; esto es, considerando que una persona puede enfrentar formas particulares de discriminación o desigualdad derivadas de diversas condiciones o características, tales como el sexo, el género, la discapacidad, la pertenencia

a pueblos y comunidades indígenas, la edad, la orientación sexual, la identidad de género, la condición socioeconómica u otras. Lo anterior, con la finalidad de prevenir y evitar sesgos, estereotipos o tratos discriminatorios en la difusión de la información.

36. 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 los derechos de la diversidad.
37. 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.
38. Se considera vital que, dentro de dichas estrategias, se permita a las precandidaturas o candidaturas pertenecientes a pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas comunicarse en la lengua indígena que estas prefieran, así como que la cobertura se realice con pertinencia cultural. Para ello, se sugiere que, en su caso, los programas cuenten con traducción simultánea.
39. Los medios de comunicación procurarán brindar una cobertura con trato digno, respetuoso e incluyente de las candidaturas indígenas, afroamericanas, de la diversidad sexual, con discapacidad, migrantes y residentes en el extranjero.
40. Se sugiere que los noticieros 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.
41. 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.

42. Se sugiere que los noticieros tomen acciones en favor de la inclusión de las personas con discapacidad. Esto, tanto en la información que se difunde de este grupo de personas, usando un lenguaje accesible, incluyente y sin estereotipos, como en facilitar el acceso a la información de estas audiencias; por ejemplo, incluyendo interpretación simultánea en Lengua de Señas Mexicana.

VIII. IGUALDAD DE GÉNERO

43. 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.
44. 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, mediante el uso de imágenes que cosifiquen o vulneren su dignidad o que fomenten roles tradicionales de lo “femenino” y lo “masculino”.
45. 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.
46. Se sugiere a los medios de comunicación que refuercen la capacitación de su personal para que este 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.
47. Se recomienda que los medios de comunicación impulsen activamente los derechos político-electorales de las mujeres en los programas que difunden noticias.

48. 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

49. En la cobertura de las precampañas y campañas electorales, se sugiere que los noticieros y medios de comunicación eviten la difusión de información que pueda constituir 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 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

50. Es recomendable que los noticieros difundan 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.
51. Se recomienda a los medios de comunicación que la cobertura de las precampañas y campañas electorales se realice bajo una perspectiva de derechos humanos e interseccional, reconociendo a todas las personas precandidatas y candidatas como titulares del derecho a la información, a la libertad de expresión y al pleno ejercicio de sus derechos político-electorales. En este sentido, se sugiere evitar prácticas que, de forma directa o indirecta, afecten el ejercicio de tales derechos o atenten contra la dignidad de las personas, considerando que distintos factores y condiciones —como el género, la edad, la discapacidad, la pertenencia indígena o afromexicana, la orientación sexual, la identidad de género, la condición socioeconómica, entre otros— pueden interactuar y generar formas específicas de discriminación.

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

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

52. En la información relacionada con los procesos electorales, se recomienda a los medios de comunicación evitar 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.
53. Se sugiere que los noticieros eviten, en la cobertura electoral, todo tipo de prácticas basadas en la premisa de inferioridad o superioridad de cualquiera de los géneros o en roles y estereotipos.
54. Se recomienda que, en la cobertura electoral, los medios de comunicación promuevan contenidos y enfoques que fortalezcan la capacidad política de las mujeres precandidatas y candidatas, con el propósito de evitar su deslegitimación.
55. Se recomienda que los medios de comunicación establezcan estrategias de capacitación, dirigidas a las personas profesionales de la comunicación — periodistas, reporteras, conductoras y locutoras—, que fortalezcan los criterios para identificar la violencia política contra las mujeres en razón de género desde una perspectiva de derechos humanos e interseccional. Se sugiere que dichas estrategias comprendan directrices adecuadas para contribuir a erradicar la violencia contra la mujer en todas sus formas, así como mecanismos de control para eliminar los estereotipos discriminatorios contra las mujeres, y medidas para promover la igualdad en la representación de mujeres en los medios de comunicación.

X. CANDIDATURAS INDEPENDIENTES

56. A partir de la inclusión en la Constitución y en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales de la figura de candidatura independiente, se recomienda que los espacios noticiosos informen en igualdad de condiciones tanto sobre las candidaturas postuladas por los partidos políticos o coaliciones, como sobre las candidaturas independientes. Lo anterior, conforme a los principios de equidad, a fin de que la ciudadanía cuente con los elementos necesarios para ejercer un voto informado.
57. En la cobertura de las candidaturas independientes, se recomienda que los espacios noticiosos identifiquen qué personas han sido registradas formalmente mediante la figura de candidatura independiente, con base en la información que publique el Instituto. Con esto, la información proporcionada a la ciudadanía podrá ser más precisa y veraz, lo cual permitirá dar seguimiento oportuno al registro de las candidaturas independientes.

58. La cobertura informativa de las candidaturas independientes guarda relación directa con el derecho a ser votado, pues si bien acceder a los cargos de elección popular por esta vía es un derecho de la ciudadanía, su visibilidad en la información noticiosa es un puente para hacer efectivo ese derecho.

XI. REELECCIÓN

59. Se recomienda que los medios de comunicación consideren las medidas que determine la autoridad electoral en la materia. Asimismo, 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.
60. Se sugiere que los noticieros distingan, de manera clara, la cobertura de las actividades inherentes al ejercicio del cargo público de aquella relativa a los actos de precampaña o campaña de las personas que busquen ser electas de manera consecutiva. Lo anterior, sin perjuicio de las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias aplicables en la materia, con el propósito de evitar que ambas se presenten como equivalentes o se confundan entre sí.

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

61. 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. Si bien este fenómeno tiene preeminencia en las redes sociales e internet, también repercute en las demás formas en las que se difunden noticias, de manera específica los noticiarios de radio y televisión.
62. 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.
63. 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.

64. 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.
65. 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.
66. 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.
67. 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.
68. 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.
69. 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.
70. Se recomienda que los medios de comunicación establezcan e implementen protocolos institucionales para la rectificación de información inexacta, incompleta o desactualizada, los cuales deberán aplicarse cuando adviertan que se haya difundido algunos de estos supuestos en la cobertura de las precampañas y campañas electorales. Dicha rectificación deberá ser oportuna, es decir, realizarse tan pronto como se detecte el error, la omisión o la desactualización; proporcional, transmitiéndose en condiciones equivalentes a

las de la nota original; y visible, de modo que resulte clara y accesible para la audiencia. Asimismo, se recomienda que las rectificaciones queden documentadas y se encuentren disponibles en formatos accesibles, con el propósito de que la audiencia pueda consultar el historial de dichas correcciones.

XIII. COBERTURAS REGIONALMENTE DIVERSAS

71. El artículo 250 de la Ley en Materia 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 no se limiten a mencionar acontecimientos fuera de las principales ciudades, sino que reflejen las particularidades territoriales, culturales y lingüísticas de cada región del país, incluyendo comunidades rurales, indígenas, afromexicanas y fronterizas.

XIV. COBERTURA SOBRE ACTOS DE VIOLENCIA POLÍTICA

72. 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 noticieros sobre amenazas o agresiones dirigidas a las personas precandidatas o candidatas con el objetivo de fortalecer la cultura de denuncia.
73. 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 considerar no exponer su identidad ni datos personales, tales como su domicilio, imagen o información que permita identificarla o que pueda obstaculizar las investigaciones correspondientes. También es recomendable difundir las consecuencias legales de estas acciones.

XV. INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LA COBERTURA ELECTORAL

74. El avance de la inteligencia artificial ha modificado de manera importante la forma en que se produce y difunde la información en los medios de comunicación y en las plataformas digitales. Esta herramienta ofrece oportunidades para mejorar la comunicación y el acceso a la información. Sin embargo, también representa riesgos relevantes que pueden afectar la autenticidad de los contenidos y la confianza de la ciudadanía, por lo que su uso en la cobertura informativa debe ir

acompañado de mecanismos que garanticen la transparencia frente a las audiencias.

75. Se reconoce el valor del uso de la inteligencia artificial como herramienta para ampliar la accesibilidad de la información electoral, mediante funcionalidades como subtítulo automático, la traducción a lenguas indígenas y la adaptación de contenidos para personas con discapacidad, siempre bajo los principios de veracidad establecidos en los presentes Lineamientos.
76. El uso de la inteligencia artificial en la cobertura de las precampañas y campañas electorales deberá estar sujeto a los principios de veracidad, transparencia y responsabilidad periodística. En este sentido, es primordial que los medios de comunicación fortalezcan sus criterios editoriales, orientándolos a preservar la autenticidad y calidad de la información.
77. Se recomienda que, cuando los medios de comunicación utilicen inteligencia artificial para generar o modificar sustancialmente contenidos que pudieran confundirse con hechos, declaraciones, imágenes o voces reales, informen de ello a sus audiencias de manera clara y comprensible, en la forma que cada medio estime idónea conforme a su libertad editorial.
78. Se recomienda a los medios de comunicación implementar mecanismos de verificación y cotejo de la información generada mediante inteligencia artificial con fuentes primarias confiables, antes de su difusión, a fin de prevenir la propagación de desinformación durante el proceso electoral.
79. Se sugiere que los medios de comunicación establezcan políticas internas claras sobre el uso de inteligencia artificial en la cobertura electoral, así como estrategias de capacitación para las personas profesionales de la comunicación en la identificación de contenido sintético o manipulado y en el uso responsable de estas herramientas.
80. Se recomienda que cuando la inteligencia artificial se utilice para generar, reproducir o simular contenidos relacionados con lenguas indígenas, expresiones culturales, autoridades tradicionales o cualquier otra manifestación propia de pueblos y comunidades indígenas o afromexicanas, se realice bajo las directrices de veracidad en la información a fin de evitar su uso indebido o la desinformación en estos contextos.
81. En caso de que un noticiero utilice presentadores, voces o avatares generados mediante inteligencia artificial para la conducción o narración de la cobertura electoral, se recomienda informarlo expresamente a su audiencia.

XVI. DISCURSOS DE ODO EN LOS PROCESOS ELECTORALES

- 82.** Conforme a la Estrategia y Plan de Acción de la Organización de las Naciones Unidas para la lucha contra el Discurso de Odio, este se entiende como cualquier tipo de comunicación oral, escrita o basada en comportamientos, que ataca o utiliza lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con una persona o un grupo en función de su religión, origen étnico, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género u otro factor de identidad.

Asimismo, la promoción del odio y la violencia a través de mensajes e imágenes en los medios de comunicación es una forma de discriminación⁷.

- 83.** Se recomienda que los medios de comunicación fortalezcan sus criterios editoriales y mecanismos de autorregulación para prevenir la difusión de discursos de odio, promoviendo contenidos informativos basados en el respeto a los derechos humanos, la pluralidad y la no discriminación.
- 84.** Se sugiere a los medios de comunicación abstenerse de difundir discursos de odio en la cobertura de las precampañas y campañas electorales, entendidos como aquellas expresiones que inciten a la violencia, la discriminación o la hostilidad en contra de una persona o grupo de personas, con base en su origen étnico o nacional, género, edad, discapacidad, condición social, religión, orientación sexual, identidad de género o cualquier otra condición.
- 85.** En caso de que las expresiones referidas en el punto anterior sean manifestadas por las propias personas precandidatas o candidatas, o por terceros, en el marco de la cobertura periodística, se sugiere que los medios de comunicación no las repliquen sin el contexto necesario, y que, en su caso, incluyan una nota aclaratoria o una postura editorial que evidencie su carácter discriminatorio o de odio, con el fin de evitar su normalización o amplificación.

⁷ Artículo 9, fracción XV de la LFPED.