

[+]

E-BOOK
GRATIS

PARTIDOS POLÍTICOS EN UN CONTEXTO DE CRISIS. TEORÍA Y PRAXIS BAJO UNA MIRADA LATINOAMERICANA

Enrique Cuna
Gonzalo Farrera
Alberto Escamilla

Coordinadores

Prólogo: José Woldenberg



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

División de Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento de Sociología



tirant lo blanch

Colección **Ciencia Política**

Copyright © 2016

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación sin permiso escrito del autor y del editor.

En caso de erratas y actualizaciones, la Editorial Tirant Humanidades México publicará la pertinente corrección en la página web <http://www.tirant.com/mex/>

El presente libro ha sido dictaminado de manera positiva por pares académicos ciegos y externos a través del Comité Editorial del Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. Este Órgano Colegiado liberó la obra para su publicación al cumplir a cabalidad con los requerimientos académicos establecidos en el artículo 4to. de sus Lineamientos Editoriales.

Este texto se privilegia con el aval de la institución coeditora.

Director de la Colección:
EDGAR CORZO SOSA

© Varios autores

- © Universidad Autónoma Metropolitana
Prolongación Canal de Miramontes 3855
Ex Hacienda San Juan de Dios
Delegación Tlalpan, C.P. 14387, México, D.F.
Unidad Iztapalapa
Comité Editorial del Departamento de Sociología
San Rafael Atlixco No. 186, edificio H, Primer Piso, H-101
Colonia Vicentina, C.P. 09340 Iztapalapa
Ciudad de México, D.F., México
ISBN UAM: 978-607-28-0330-5
Responsable de la edición: Mtra. Erika Granados Aguilar
- © EDITA: TIRANT LO BLANCH
DISTRIBUYE: TIRANT LO BLANCH MÉXICO
Río Tiber 66, PH
Colonia Cuauhtémoc
Delegación Cuauhtémoc
CP 06500 MÉXICO D.F.
Telf: (55) 65502317
infomex@tirant.com
www.tirant.com/mex/
www.tirant.es
ISBN: 978-84-9119-100-1
MAQUETA: Tink Factoría de Color

Si tiene alguna queja o sugerencia, envíenos un mail a: atencioncliente@tirant.com. En caso de no ser atendida su sugerencia, por favor, lea en www.tirant.net/index.php/empresa/politicas-de-empresa nuestro Procedimiento de quejas.

Este libro se terminó de imprimir en diciembre de 2015 en Ultradigital Press, S.A. de C.V.
Centeno 195, Col. Valle del Sur, 09819 México, D.F.

Índice

Prólogo	11
Introducción.....	15

PRIMERA PARTE LOS PARTIDOS POLÍTICOS: APUNTES TEÓRICOS

LA FUNCIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LA SOCIEDAD ... Francisco José Paoli Bolio	35
LA ORGANIZACIÓN DE LOS PARTIDOS: LÍDERES Y BASES..... Francisco Reveles Vázquez	53
APROXIMACIONES TEÓRICAS SOBRE EL RECLUTAMIENTO PO- LÍTICO EN LOS PARTIDOS POLÍTICOS	83
Alberto Escamilla Cadena David Morales González	

SEGUNDA PARTE REFLEXIONES GENERALES SOBRE EL DEVENIR DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN MÉXICO

CRISIS NACIONAL, COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CONSTRUC- CIÓN DE LA <i>DEMOCRACIA DELIBERATIVA</i> EN MÉXICO	111
Javier Esteinou Madrid	
REGULACIÓN JURÍDICA DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN MÉXI- CO.....	147
Gonzalo Farrera Bravo	
LOS LÍMITES DEL LIDERAZGO EN EL PRI, PAN Y PRD (2006- 2011).....	181
Ricardo Espinoza Toledo Juan Pablo Navarrete Vela	
CRISIS DE REPRESENTACIÓN, LIDERAZGOS EMERGENTES, PAR- TIDOS Y REGIONALISMOS POLÍTICOS	201
Enrique Cuna Pérez	

EL FEDERALISMO ELECTORAL Y LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN MÉXICO.....	233
Jesús Castro López	
LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y SU DEMOCRACIA INTERNA COMO ELEMENTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DEMOCRÁTICO.....	263
Mario Eduardo Maldonado Smith	
LA DEMOCRACIA SUSTANTIVA COMO ESTÁNDAR DE JUSTICIA Y LO ELECTORAL. (RE)FORMULACIÓN DE PARADIGMAS	289
Daniel Márquez Gómez	

TERCERA PARTE

ACERCA DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN AMÉRICA LATINA

CUOTAS DE REPRESENTACIÓN POR GÉNERO EN CARGOS DE ELECCIÓN POPULAR	317
Francisco Saracho Navarro	
TRAYECTORIAS Y PERSPECTIVAS DE LA POST-TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA EN AMÉRICA LATINA. NOTAS COMPARATIVAS SOBRE LOS PROCESOS DE ARGENTINA, CHILE Y PERÚ.....	333
Ana Pamela Paz García	
VOTO A DISTANCIA, VOZ CIUDADANA	375
Evelyn Téllez Carvajal	
ACERCA DE LOS AUTORES	411

CRISIS NACIONAL, COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CONSTRUCCIÓN DE LA *DEMOCRACIA DELIBERATIVA EN MÉXICO*

Javier Esteinou Madrid

LA PROFUNDIZACIÓN DE LA CRISIS NACIONAL

El proceso de construcción de la democracia moderna en México es una larga realidad histórica que proviene desde 1810 con las luchas de los movimientos insurgentes por la Independencia y los procesos sociales reconstitutivos que introdujo la Revolución mexicana en 1910. En este sentido, la edificación de la democracia como fenómeno relativamente consolidado es un hecho muy reciente y frágil que tardó más de 200 años en constituirse en el país, y al cual todavía le falta incorporar muchas etapas de consolidación social para alcanzar su fase de madurez política. Así, dicho proceso de edificación de garantías de libertad, justicia, pluralidad e igualdad en la República no es un fenómeno histórico acabado; sino una creación colectiva en permanente construcción, cargada de dinámicas complejas que representan avances, contradicciones y retrocesos democráticos.

Ante esta situación debemos considerar si en algunos momentos de la historia de México la solución a los grandes problemas sociales del momento tuvo que oscilar de un polo a otro, hasta llegar a fases extremas del estallido de los movimientos armados, para intentar resolver las contradicciones estructurales del desarrollo comunitario; en la actualidad todavía es posible encarar la resolución de los fuertes antagonismos sociales del país, vía las instituciones del Estado-nación y del orden legal establecido, y no desde la recurrencia a los mecanismos de violencia civil a los que se llegó por desesperación en etapas históricas anteriores. De lo

contrario, si no se aprovecha racionalmente esta monumental herencia civilizatoria que recibimos del esfuerzo de generaciones pasadas para enfrentar las actuales problemáticas del país con el fin de construir nuevos consensos sociales para la sobrevivencia colectiva, a través del recurso de la negociación; seguiremos caminando como país por la ruta de la inestabilidad política. Con ello, cada vez más, se generará inseguridad económica, deterioro político y erosión social con su consecuente escenario de anarquía, enfrentamientos, deslegitimación y agresividad masiva. Será entonces la dinámica del caos la que se apodere progresivamente del futuro nacional, construyendo una atmósfera desastrosa que erosionará crecientemente la vida de los ciudadanos¹.

El desarrollo de dicha tendencia anárquica acentuará la dinámica del *Estado fallido* que ha avanzado en el país, caracterizada por la incapacidad que experimentan los poderes públicos rectores de la República para conducir a la sociedad por un rumbo de gobernabilidad institucional estable y justo. En las últimas décadas, cada vez más, el Estado mexicano se ha convertido en una entidad inepta para resolver los grandes desafíos que exige el crecimiento armónico de las comunidades nacionales de principios del tercer milenio, particularmente en el ámbito de la comunicación; y sintió el resurgimiento de un clima de violencia e inseguridad que sólo se presenció en los anteriores estallidos de los periodos de lucha por la Independencia en el siglo XIX y la revolución mexicana en el siglo XX.

¹ Un diagnóstico sobre la situación de la crisis global de México y sus posibles alternativas de solución en la segunda década del siglo XXI, puede ser analizada en "Pensar el futuro de México". Colección conmemorativa de las revoluciones centenarias, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM Xochimilco, México, 2010 y 2011, -; y en "Los grandes problemas de México", 70 Aniversario de El Colegio de México 1940-2010: "Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución", El Colegio de México, México, 2010; <http://2010.colmex.mx/tomos2.html>.

HACIA OTRO CAMBIO NACIONAL: RETOMAR LA HERENCIA LIBERTARIA

Frente a la profunda crisis estructural en la que se encuentra sumida la sociedad mexicana a principios de la segunda década del siglo XXI; es urgente contar con la presencia activa de un Estado democrático fuerte que reencause hacia nuevos órdenes civilizatorios el desorden existente en dicha transición histórica y ofrezca alternativas reales para la sobrevivencia de los seres humanos.

Se debe considerar que la capacidad de acción del Estado para regular las crisis, a través de sus diversas formas de intervención rectoras (monetaria, política, ideológica, social, educativa, comunicativa, etc.), reduce o elimina la posibilidad de la peligrosa "autoregulación" capitalista sin control, que tarde o temprano, provoca nuevos desastres sociales y plantea la existencia de opciones civilizatorias que nos protegen de la barbarie que genera la lógica de acumulación desregulada de capital depredador sin contrapesos. Sin la presencia del Estado es imposible alcanzar el desarrollo sostenible, pues el Estado es una condición central para lograr el crecimiento económico, político social y cultural de la sociedad², ya que la dinámica unilateral del mercado no se preocupa por lo social o lo colectivo que le interesa hasta el momento en que éste llega a una fase crítica donde actúa como un obstáculo para la acumulación de capital. De lo contrario, será la dinámica de la anarquía la que se apodere del futuro, creando un orden desastroso que devaste a los ciudadanos.

² Almeyra, Guillermo, "El Estado en la mundialización" en: "El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación", Avalos Tenorio, Gerardo (Coordinador) *Colección Teoría y Análisis*, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM Xochimilco, México, 2009, página 85; y Novelo Urdanivia, Federico, "Desarrollo y democracia en México", en: "El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación", Avalos Tenorio, Gerardo (Coordinador), *Colección Teoría y Análisis*, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM Xochimilco, México, 2009, página 240.

En este sentido, actualmente las comunidades de la República se encuentran ubicadas en el tiempo histórico político del rescate y la refundación del Estado-nación que impida el avance acelerado del caos con su respectivo proceso de deterioro social³. Es decir, para superar la crisis de civilización en la que se encuentra sumida la sociedad mexicana; es necesaria también la transformación profunda del Estado mexicano en su conjunto.

Por ello, ante el acelerado avance del caos en todos los niveles del desarrollo nacional; un cambio favorable que ofrece nuevas opciones es el regreso a los principios básicos de justicia, honestidad, equidad y democracia que formularon los movimientos libertarios de la historia de México en décadas anteriores; para lo cual, se requiere la renovación de los hombres que dirigen el sistema político del país⁴. En otras palabras, para transformar el sistema social se requiere modificar o reemplazar a los hombres que conforman la estructura política de nuestras comunidades.

Debido a este delicado panorama, después de la conmemoración del *Bicentenario* de la *Independencia* y el *Centenario* de la *Revolución* realizado por el gobierno panista en el año 2010 a través de un gran espectáculo mediático superficial, destinado a la difusión televisiva⁵; ahora corresponde a la sociedad civil rescatar el espíritu emancipador de los movimientos libertarios anteriores

³ Esteinou Madrid, Javier, "Hacia una agenda de comunicación para la reconstrucción de la nación", Mesa: "Agendas del país desde la comunicación y la política", XV *Encuentro Nacional del CONEICC: "La comunicación que necesitamos, El país que queremos"*, Consejo Nacional Para la Enseñanza e la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Universidad Iberoamericana, 6 al 9 de octubre del 2010, 25 páginas.

⁴ Velázquez Velázquez, Daniel, Prólogo, en: "Pasado, presente y futuro de los partidos políticos en México", Coordinadores: Hugo Sánchez Gudiño y Gonzalo Farrera Bravo, Ed. Miguel Ángel Porrúa y FES Aragón, UNAM, México, 2011, páginas 7 y 8.

⁵ Para ampliar este panorama, consultar a Esteinou Madrid, Javier, "Bicentenario; medios electrónicos colectivos y fortalecimiento del Estado Fallido en México", en: *Revista Razón y Palabra*, No. 74, "Euro-Región Galicia-Norte de Portugal", en: *Revista Razón y Palabra*, No. 74, "Euro-Región Galicia-Norte de Portugal", Coordinadores: Ana Belén Fernández Souto, *Revista Electrónica Vía Internet*, Primera Revista Electrónica Especializada en Comunicación en América Latina, Departamento de Comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), México, noviembre 2010-enero 2011, 18 páginas, <http://www.razonypalabra.org.mx>.

con el fin de crear desde esa inspiración histórica condiciones políticas, jurídicas, culturales, etc., pero especialmente comunicativas, que fortifiquen los mecanismos de participación equilibrada de las mayorías sociales en la conformación de los destinos de la República. Con la creación de tales mecanismos se evitará el resurgimiento del autoritarismo, la esclavitud y la dominación que antaño subordinaron de forma descarnada a la población mexicana y que hoy amenazan con resurgir en la modernidad globalizada.

Sin embargo, pese a la creciente necesidad imperiosa de renovación sustantiva de las estructuras sociales en México, hoy no contamos con un Estado fuerte y eficaz para solucionar tales desafíos, sino encaramos progresivamente la acción del fenómeno del *Estado Fallido*.

De esta forma, en los últimos años los gobiernos mexicanos han sido incapaces de solucionar los principales desafíos que exige la dinámica de crecimiento de la población a principios del tercer milenio.

En este sentido, si uno de los grandes frutos de los movimientos emancipadores de la independencia y la revolución fue la edificación de un Estado-nación republicano fuerte que se caracterizó por ser una nueva entidad de poder soberano que se enfrentó a las fuerzas imperiales colonizantes que dominaron a los habitantes del país durante muchas décadas y por atender con justicia reivindicadora las necesidades fundamentales del crecimiento de la población; esa conquista histórica gradualmente se ha desvanecido. Ahora, después de la conmemoración de las revoluciones centenarias, observamos que contrariamente a la propaganda de los discursos oficiales que proclaman la existencia de un Estado maduro, justo, eficiente, sólido, vigoroso y democrático; los indicadores de la cruda realidad confirman que en los inicios del siglo XXI presenciamos un Estado-nación debilitado, subordinado e injusto que, cada vez, cuenta con menos capacidades de gobernabilidad para darle dirección democrática a la sociedad mexicana con base en los postulados de justicia, igualdad,

equilibrio, oportunidades y paz social que fueron las banderas de los movimientos liberadores anteriores.

Así, las metas de la Revolución mexicana como movimiento de renovación social se han agotado y el término en si mismo carece de sentido. Ya se perdió la *carta de navegación* de la sociedad y la autoridad, moral y política de los gobernantes y de los partidos políticos carece de fuerza y legitimidad para dirigir a la nación hacia un nuevo proyecto de futuro. La pobreza y la marginalidad han alcanzado niveles históricos y la descomposición social nos condena, cada vez más, a vivir bajo la zozobra. Los signos de la crisis y de la ineptitud gubernamental se muestran con crudeza en el ámbito de la educación, el desempleo, el deterioro de la salud pública, la procuración de justicia, la seguridad ciudadana, el deterioro ecológico, la nutrición, el avance del narcotráfico, etc., donde las cuentas sólo pueden hacerse con balance negativo, fracaso tras fracaso⁶.

Dicho agotamiento del desarrollo y desencanto por la transición a la democracia en México se debe a:

La lentitud que han mantenido los políticos para concretar acuerdos institucionales democráticos; la propensión de la clase en el poder para protegerse a costa del Estado de derecho cuando existen imputaciones de ilícitos en su contra; falta de transparencia en la toma de decisiones; fortalecimiento de la *partidocracia*; falta de canales de participación ciudadana directa en las cuestiones públicas; a la debilidad de los mecanismos de control y de fiscalización del Estado; a la ausencia de una cultura y práctica de rendición de cuentas del Congreso y al abandono de la democracia en el ámbito legislativo; a la escasez de vías jurídicas en manos de la sociedad para solucionar conflictos y reivindicaciones sociales, políticas y económicas; así como a una cultura de desobediencia civil respecto a leyes, programas o políticas injustas o alejadas de los intereses ciudadanos⁷.

⁶ Dicho diagnóstico nacional ya se expresaba con sus respectivas dimensiones en el ensayo denominado "La crisis de México" de Daniel Cosío Villegas publicado desde 1947. Velázquez Velázquez, Daniel, Prólogo, en: "Pasado, presente y futuro de los partidos políticos en México", Coordinadores: Hugo Sánchez Gudiño y Gonzalo Farrera Bravo, Colección Las Ciencias Sociales, Ed. Miguel Ángel Porrúa y FES Aragón, UNAM, México, 2011, páginas 7 y 8.

⁷ Cárdenas García, Jaime, "Poderes fácticos e incompatibilidades parlamentarias", Serie Doctrina Jurídica No. 343, Ed. Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ), UNAM, México, 2006, páginas 30 y 31.

En consecuencia, si a comienzos de los siglos XIX y XX empezamos el desarrollo comunitario del país con un Estado mexicano fuerte que pudo luchar contra los *poderes fácticos* que amenazaban su esencia rectora en tales períodos de la historia nacional; doscientos años después celebramos el Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución con la presencia de un Estado endeble que cuenta con poca voluntad, capacidad y visión para enfrentar los *poderes fácticos*, especialmente de naturaleza mediática, que lo vulneran o desdibujan, permitiendo la imposición de otro proyecto de nación distinto al que formula el espíritu de la Constitución Mexicana de 1917 y sus leyes complementarias.

De esta forma, la sociedad mexicana hoy ya no cuenta con el tradicional *Estado Republicano*, sino con la actuación de un *Estado mediático híbrido* que agravó la existencia del fenómeno del *Estado fallido* en México, que paradójicamente es el tipo de Estado que enmarcó la remembranza del Bicentenario libertario en el año 2010 después de muchos años de lucha y de esfuerzos pacificadores de diversas generaciones de la sociedad mexicana para construir un Estado autónomo, sólido y soberano en el territorio nacional. Es por ello, que en este contexto de evocación resulta central reflexionar sobre el nuevo Estado posmoderno surgido en el país ante la transformación del Estado republicano tradicional que parece que a comienzos del siglo XXI, se desvanece progresivamente, no obstante los empeños independentistas que efectuaron los movimientos sociales populares en los procesos de autonomía de los últimos dos siglos en nuestra historia nacional.

La acumulación creciente de esta realidad histórica refleja la presencia real del *Estado Mexicano Fallido* en el ámbito de la difusión e interacción colectiva, pues éste no fue capaz históricamente de crear un nuevo proyecto de comunicación y de interrelación ciudadana que fortaleciera las bases filosófico-morales de la nación; sino permitió que se desarrollara prioritariamente el proyecto de transmisión masiva privado-comercial que es funcional para la expansión del gran capital y de la estructura de poder correlativo que lo protege a escala nacional e internacional.

Tal etapa fallida protagonizada por la expansión del poder mediático sobre el terreno de lo público, se distinguió por no ser

capaz de conducir a la sociedad mexicana por un rumbo de gobernabilidad estable y justa.

LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y LA RECONSTRUCCIÓN LA DEMOCRACIA NACIONAL

Dentro del conjunto de los diversos instrumentos políticos con los que cuenta el Estado nacional para su renovación pacífica y que posibilitan superar el desorden colectivo; los procesos electorales ocupan un lugar estratégico en dicha dinámica, pues permiten de manera institucionalizada canalizar periódica y ordenadamente la voluntad de las mayorías para transformar a los poderes públicos que gobiernan a la sociedad⁸. Por ello, para avanzar sobre el horizonte civilizado de la promoción de la democracia institucionalizada se requiere la sólida intervención ético-moral de la clase política con el fin de crear, especialmente en las fases electorales, mecanismos superiores de participación ciudadana que permitan construir un amplio modelo de *democracia deliberativa* de calidad y no sólo un prototipo de *democracia representativa* de cantidad que actualmente navega con una fuerte crisis de credibilidad y eficacia en la nación.

Es paradójico, aunque propagandísticamente se afirma lo contrario, considerar que “el sistema representativo no representa a todos los individuos, existe una distancia cada vez mayor entre gobernante y gobernado, produce democracias delegativas y excluyentes que no le brindan al ciudadano instrumentos adecuados de control para los momentos interelectorales. Los partidos y

⁸ Para revisar el papel reciente que han tendido los partidos políticos en los últimos procesos electorales, consultar de Sánchez Gudiño, Hugo, “El triángulo dorado: Medios-dinero-partidos. Reflexiones sobre la constitución de la nueva agenda mediático-electoral en México”, en: “Pasado, presente y futuro de los partidos políticos en México”, Ed. Miguel Ángel Porrúa y FES Aragón, UNAM, México, 2011, páginas 19-62.

otros poderes fácticos condicionan y monopolizan a los órganos formales que constituyen el aparato tradicional del Estado. La ley no responde a los intereses generales y por el influjo de cabilderos y otros intereses parciales se contractualiza y privatiza, así mismo, los ciudadanos no son fieles a su sistema normativo porque entienden que sus productos obedecen a intereses que le son ajenos”⁹. Por ello, la democracia representativa ha ocasionado “la pérdida de confianza de los ciudadanos en sus instituciones parlamentarias porque los vínculos entre gobernantes y gobernados son muy débiles por la carencia de rendición de cuentas y porque se percibe que el legislador más que obedecer a su conciencia individual y al orden jurídico responde a intereses diversos que no son necesariamente los de su función”¹⁰.

En este sentido, la “*democracia representativa* o democracia de los modernos es un fenómeno que ha experimentado diversos cambios a lo largo de varios años. Primero fue una democracia de notables con voto censitario y gran deliberación en sede parlamentaria y no en sede extra legislativa. Después fue una democracia basada en partidos de masas, con voto universal masculino, oligarquización y burocratización de partidos, con deliberación fuera de las sedes parlamentarias y con fuerte ideologización política. Ahora, ha pasado a ser una democracia de audiencia, apoyada preponderantemente en los medios de comunicación electrónicos, una democracia de marketing político, sostenida más en el candidato que en el partido, más en la imagen que en el programa, pero igualmente, como todas las anteriores, alejada del ciudadano común, de sus reivindicaciones y necesidades”¹¹.

Así, la *democracia representativa* se caracteriza fundamentalmente por promover las estrategias organizativas y propagandísticas pragmáticas que permiten elegir libremente a los candidatos que luchan por ocupar los cargos públicos en cada etapa de sucesión de poderes. Es una dinámica que se queda más en el uso de las

⁹ Cárdenas García, Jaime, “Poderes fácticos e incompatibilidades parlamentarias”, Op. Cit. página 8.

¹⁰ Ibid, página 12.

¹¹ Ibid, página 32.

formas mercadológicas operativas para persuadir masivamente a la población y no en la reflexión y la polémica sobre los proyectos de gobernabilidad que hay que incorporar. Por ejemplo, dicha modalidad otorga un incentivo a cambio de los votos coyunturales de la población; y después los candidatos y los partidos se olvidan de los requerimientos de los habitantes¹².

En cambio, la *democracia deliberativa* es una acción que fomenta el análisis, la discusión y el debate civilizado de los candidatos entre sí, de la ciudadanía con los candidatos y de la población con las autoridades para decidir en conjunto cuáles son los proyectos de gobernabilidad que hay que instrumentar para cada periodo de gobierno con el fin de superar los conflictos de crecimiento de la sociedad. Su objetivo central es la elevación de la conciencia de los ciudadanos para examinar y decidir con responsabilidad, crítica y madurez las vías más adecuadas para resolver el futuro de sus comunidades.

HACIA UNA DEMOCRACIA DELIBERATIVA

Para lograr el avance político hacia una democracia deliberativa se requiere tener presente que además de los importantes logros que conquistó la Reforma Electoral del 2007 en México¹³, también ge-

¹² En este sentido, “la *democracia representativa* tradicional cuenta con una falla de origen, pues sus creadores buscaron desligar a los representantes de los representados y no solo mediante la prohibición del mandato imperativo. En los estados Unidos, en sus primeros años como país, es clarísima la reacción de la élite en contra de las elecciones anuales y las asambleas comunales (*town meeting*). En Latinoamérica los liberales y conservadores, de los nuevos países independientes, se preocuparon por recortar los poderes de la ciudadanía y reafirmar las capacidades y facultades de la dirigencia, por eso se fortalecieron inmensamente los poderes de los presidentes y se evitó al máximo el uso de cualquier mecanismo ciudadano para revocar mandatos”. Cárdenas García, Jaime, “Poderes fácticos e incompatibilidades parlamentarias”, *op. cit.*, página 33.

¹³ Para revisar los avances que logró la *Reforma Electoral* consultar Esteinou Madrid Javier, “La *Reforma Electoral* y su repercusión comunicativa sobre las elec-

neró diversas limitaciones que se deben superar para construir este tipo de democracia en el país. Por ejemplo, contrariamente al planteamiento central que sostuvo la filosofía de la Reforma Electoral en el sentido que con sus modificaciones jurídicas introduciría un nuevo modelo de comunicación política en México, es necesario subrayar con todo rigor que lo que realmente construyó esta iniciativa normativa fue un moderno prototipo de simple transmisión de información electoral de los partidos prevalecientes a los votantes y no de comunicación política deliberativa en sentido estricto entre los diversos actores que participan en el proceso. Ello debido a que lo que se incorporó fue únicamente un importante cambio en el proceso de difusión masiva de la información político electoral del emisor dominante tradicional, que era el poder mediático monopólico privado —que en años anteriores se había apoderado y abusado de la dinámica electoral virtual—, por otro emisor igualmente dominante y monopólico que fueron los partidos políticos; pero no se agregó ningún elemento de interacción, apertura para generar una dinámica de comunicación, intercambio o participación bilateral de los partidos entre sí mismos, de los partidos con la sociedad o de la sociedad con los partidos para discutir las “promesas electorales”.

Dentro de esta conceptualización es sumamente relevante diferenciar una y otra realidad, pues es totalmente distinto edificar en México y en cualquier latitud del planeta una “democracia de información” donde sólo interviene de manera preponderante un polo emisor que difunde mensajes unilaterales a una mayoría de receptores para estructurar un sentido o una propuesta política colectiva coyuntural, aparentemente más abierta, sin la participación activa o contestataria del resto de la sociedad; a producir una democracia comunicativa que implica que el emisor dominante además de transmitir sus miles de informaciones específicas a un público seleccionado, también recibe en el mismo momento una respuesta sustantiva de los receptores, de la sociedad o de los elec-

ciones políticas de 2009 en México”, Revista *Espacios Públicos*, No. 28, Año 13, Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), Estado de México, México, agosto del 2010, páginas 83 a 101.

tores para construir conjuntamente un proceso dinámico, plural, interactivo, crítico, polémico y diferenciado de elaboración sobre las propuestas de la cultura política colectiva cotidiana.

La democracia representativa se basa en el simple manejo de procesos de información persuasiva; en cambio, la democracia deliberativa exige el paso anterior, pero además requiere la acción de los mecanismos de la comunicación para que participen bilateralmente los ciudadanos en la discusión de los problemas públicos.

Por lo tanto, para fines de gobernabilidad de un país, es preciso de manera cuidadosa la diferencia existente entre procesos de democracia informativa y procesos de democracia comunicativa, especialmente en la fase de cambio histórico por la que atraviesa la nación, pues el fenómeno de desorden conceptual que se ha derivado de la “modernidad cultural” ha introducido profundas confusiones entre ambos procesos, proponiendo que tales realidades son iguales y desconociendo que cada uno de estos escenarios genera resultados de cambio social muy diferentes entre sí.

Desde el ángulo de la democracia representativa, el modelo informativo opera fundamentalmente como una acción de administración unidimensional de los datos por un grupo gobernante que controla y administra los recursos de la emisión de las informaciones masivas, para lograr que los públicos sólo se enteren de los hechos que se transmiten sin participar en el proceso de elaboración de los mismos más que como simples consumidores de información, para facilitar que se conserven sus intereses ya consolidados. En cambio, el modelo comunicativo funciona como un proceso de constante reconstrucción diversa de la conciencia social donde intervienen fluida y pluralmente de forma multilateral todos los sectores participantes del proceso para elaborar de manera conjunta la conciencia que requiere un grupo o comunidad para discutir abiertamente su realidad con el fin de superar sus problemas y existir con mayor igualdad, equilibrio, justicia y progreso. Bajo esta dinámica, los intereses dominantes pueden ser cuestionados o incluso transformados, pues a través del proceso de comunicación se privilegia la participación y la polémica sobre la realidad para crear colectivamente el rumbo de las comunidades y del país en su conjunto.

Sin embargo, no obstante la diferencia crucial que se teje entre estas dos realidades estratégicas y a que la sociedad mexicana ha demandado durante muchas décadas la existencia de modelos efectivos de comunicación social; la Reforma Electoral sólo creó un nuevo prototipo de difusión masiva de información política unilateral y no un modelo de comunicación política interactivo, con las limitaciones democráticas que esto conlleva. Por consiguiente, en el mejor de los casos, la Reforma sólo impulsó la creación de la democracia representativa y no la deliberativa, que exige más el avance de nuestra sociedad para solucionar los conflictos estructurales que se enfrentan al iniciar la segunda década del siglo XXI.

EL REFORZAMIENTO DE LA PARTIDOCRACIA Y LA MARGINACIÓN DE LOS CIUDADANOS

Al permitir la *Reforma Electoral* que sólo los partidos políticos participaran en la elaboración y la difusión de los mensajes en los concursos electorales, se reforzó la estructura *partidocrática* previamente existente en el país que dio origen a la hegemonía de la comunicación electoral de dichas instituciones sobre el resto de la sociedad. En este sentido, en aras de lograr con la *Reforma* mayor equidad en las contiendas se produjo en grado extremo una nueva estructura política unilateral al posibilitar que la sociedad mexicana pasara del sistema de gobernabilidad de la *Telecracia* que anteriormente concentraba los procesos de la comunicación política en la República y no consideraba a los habitantes más que como meros sujetos votantes coyunturales; a evolucionar a una nueva estructura *partidocrática* de naturaleza hermética donde ahora el monopolio de la comunicación política ya no lo acaparan las empresas privadas de la difusión masiva, sino lo aglutinan los partidos políticos, dejando nuevamente afuera a las comunidades, pues también las contemplan como simples sufragantes casuales.

De esta manera, con la *Reforma Electoral* oscilamos de un monopolio mediático de la política en alianza con el Partido Revolu-

cionario Institucional (PRI), como institución dominante en diversas coyunturas históricas anteriores; a un nuevo monopolio de la *partidocracia* que acaparó el proceso de la comunicación política y con ello concentró las dinámicas de representatividad masiva, sin darle opciones de interacción pública a la sociedad civil. A través de ello, se reforzó el fenómeno de la *Telepolítica* discrecional como forma moderna de relación para que sólo la clase política gobernante se vinculara virtualmente con la población, y no se apoyó el de la verdadera política sustantiva en donde abiertamente participan de manera plural todos los sectores sociales para reflexionar y polemizar los grandes conflictos de la agenda nacional y sus modalidades de solución.

Bajo esta perspectiva, lejos de atacar el problema de la disparidad político social, la *Reforma Electoral* la empeoró, pues, por una parte, fue una ley creada para proteger de la presión de los monopolios informativos a los partidos políticos predominantes, en lugar de ensanchar la voz de los ciudadanos para intervenir en la discusión de sus grandes contradicciones de crecimiento; por otra, buscó la equidad entre partidos, pero al mismo tiempo aumentó la inequidad entre ellos y los ciudadanos; porque a pesar de que redujo el presupuesto de estos organismos, aumentó sus prerrogativas como el financiamiento de más tiempo gratuito en medios; y finalmente, no sometió a los contendientes electorales al veredicto de los ciudadanos mediante la reelección legislativa.

Con dicha instrumentación, únicamente los partidos pudieron manifestar sus intereses y sus concepciones en las fases de contiendas, y esto con desigualdades institucionales, pues, por un lado, no todos los institutos políticos tuvieron los mismos espacios y porcentajes de uso de los canales de información; y por otro, no permitió que la sociedad civil también interviniera, vía las tecnologías de difusión, en la discusión abierta de las principales inquietudes para la sobrevivencia de las comunidades nacionales. De esta forma, paradójicamente, por ninguna de las dos vías dominantes de difusión establecidas se operó un modelo colectivo de comunicación ciudadana, que durante y posteriormente a la ejecución de las dinámicas electorales, expusiera los intereses básicos de los grupos sociales, cuando son estas entidades sociales las que mantienen

cotidianamente a ambos prototipos de comunicación social con sus aportaciones económicas a través del pago de sus diversos impuestos al gobierno y la compra de los productos que se difunden en los espacios publicitarios de las industrias culturales.

Así, la reforma de 2007 buscó más equidad pero con instrumentos equivocados, por lo que la eficacia de la norma fue muy limitada. Pero lo más grave de todo es que lo hizo a costa de sacrificar la libertad de expresión y la participación de una sociedad frustrada que quiere expresarse a través de los partidos y más allá de ellos en los medios de difusión masivos. Se trató de la primera *Reforma Electoral* regresiva de los derechos ciudadanos¹⁴.

En otras palabras, con la Reforma Electoral simplemente se evolucionó de un sistema autoritario y abusivo de los monopolios privados de la difusión masiva que por décadas negaron oportunidades para la participación plural de la sociedad en el espacio público mediático, a otro nuevo sistema monopólico burocrático de dominio de los partidos políticos que tampoco otorgó posibilidades de expresión política a las comunidades civiles, especialmente en las fases de contiendas electorales, y que consolidó mediáticamente los intereses particulares de la actual clase política en el poder. Por ello, es necesario reconocer que desde el punto de vista de la apertura del sistema de comunicación colectivo hacia la participación de la sociedad en el espacio público mediático, no existió mayor diferencia de fondo entre el planteamiento abusivo y reaccionario que en el año 2005 incorporó vía el Poder Legislativo el sector monopólico privado de la radiodifusión y de las telecomunicaciones nacionales a través de la denominada Ley Televisa; y la propuesta que elaboró la clase política nacional en el Congreso de la Unión en el año 2007, a través de la Reforma Electoral, pues ninguna de las dos fuerzas del poder central, *Telecracia* o *Partidocracia*, se interesaron en crear condiciones auténticas para la intervención mayoritaria de la sociedad civil en el ámbito de la vida nacional.

¹⁴ Ugalde, Luis Carlos, "La reforma regresiva", en: revista *Nexos*, No. 380, México, agosto del 2009, página 19.

De esta forma, si en el pasado los monopolios mediáticos a través de la *Ley Televisa* pretendieron apropiarse jurídicamente a su favor de todo el espectro radioeléctrico de la nación para realizar más negocios privilegiados de comunicación conquistando nuevas cuotas de poder ideológico político y manejar las elecciones como un gran negocio lucrativo; en el presente la Reforma Electoral igualmente facilitó que los partidos políticos se apropiaran monopolícamente de la dinámica y de los instrumentos de la comunicación política en las fases de sucesión de poderes. De esta forma, a través de la transmisión de 33 millones de spots, se construyó una opinión pública propagandística que blindó a los partidos políticos, sin dar opciones para que la sociedad civil participara en la edificación de ésta, sino sólo para crear más partidocracia a su favor. En conclusión, no existió mayor diferencia sustantiva en el hecho de que la sociedad quedara subordinada a los monopolios privados de la difusión masiva o a los monopolios de los partidos políticos; pues en ambos casos cada uno buscó unilateralmente su máxima ganancia política económica particular, olvidándose de las demandas fundamentales que debían resolverse para poder sobrevivir.

EL REINADO DE LA SPOTCRACIA

La nueva esencia del modelo de la telepolítica se basó en el empleo de la antigua dinámica electoral de la *República del spot* adoptada en las elecciones del 2000, 2003, 2006 y 2009 y que se distinguió por centrarse en la difusión superficial y excesiva de cientos de millones de spots propagandísticos de 30 segundos o más, para difundir mensajes de impacto político en los auditorios; sin revisar a fondo los grandes retos nacionales que se debían analizar y resolver¹⁵. Mediante el empleo de estos recursos promocionales

¹⁵ “Campanas de *spotización*: José Woldenberg”, periódico *Milenio Diario*, Sección nacional, México, 1 de junio del 2009, www.milenio.com; “Académicos de-

se diluyó la densidad del debate político, sin discutir concepciones, principios, contradicciones, argumentos, complejidades, plataformas ideológicas, de los candidatos o partidos en contienda; sino que sólo se transmitieron anuncios publicitarios efectistas que utilizaron reiteradamente imágenes, personajes, actores, lemas, logotipos, slogans, jingles musicales, etc.; antes que diagnósticos e ideas para intentar resolver los grandes conflictos que hundían a la nación¹⁶. Fue el triunfo de las formas mercadológicas sobre el contenido de la política.

Así, la aplicación intensiva del modelo de comunicación política que los partidos impusieron a la sociedad tras la Reforma Electoral, generó crecientemente un fenómeno desbocado de la telepolítica y sus derivados de la mercadotecnia electoral oportunista, expandiéndose desproporcionadamente en la etapa de desarrollo del México moderno, particularmente a principios del siglo XXI. Ello provocó la consecuente degeneración de la naturaleza de la política, como rigurosa atención y discusión por parte de los ciudadanos de los asuntos centrales de la polis con el fin de encontrar soluciones a los problemas que los afectan; y la convirtieron en un espectáculo más de la cultura mediática contemporánea.

De esta manera, la explicación y el análisis ideológico estuvieron comprimidos o ausentes. Volvieron los lemas “Naranja, naranja” del Partido Convergencia o “El peligro para México” del Partido Acción Nacional. Los electores tuvieron que conformarse con mirar como en un desfile de espectáculos la forma escandalosa en que se dilapidaron los recursos del erario público en plena etapa de recesión económica. La modalidad de la democracia mexicana se degradó crecientemente al convertirse en una mercancía publici-

ploran *spotcracia*”, sección nacional periódico *Excelsior*, 25 de junio del 2009, <http://www.exonline.com.mx>.

¹⁶ Para conocer la función emocional que provoca la *spotización* de la política en México consultar de Unzueta Granados, Héctor Ángel, “El lenguaje de las emociones en los dispositivos de la comunicación política contemporánea”, en: revista *Veredas*, Año 10, X Aniversario, Número Especial, “Pensar lo social desde el doctorado en ciencias sociales”, UAM Xochimilco, México, primer semestre del 2009, páginas 99-113.

taria más que se colocó dentro de los ciclos temporales del consumo masivo a través de las pantallas o en los diales de los medios¹⁷.

LA FUNDAMENTACIÓN DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL MODELO DE COMUNICACIÓN DE MERCADO, ELECCIONES 2012

A lo largo de diversas contiendas electorales, los partidos políticos mexicanos criticaron de forma severa el modelo de operación de la televisión comercial y la aplicación de los sistemas de propaganda del marketing político norteamericano por ser mecanismos artificiales e inadecuados para transmitir las campañas proselitistas de dichas instituciones políticas en México. Sin embargo, paradójicamente una vez que los partidos contaron con el acceso libre a los espacios oficiales de difusión en las elecciones intermedias del 2009, vía el aprovechamiento de los tiempos de Estado, en ese momento dejaron de ser críticos con dicho esquema privado mercantil y adoptaron sumisamente el modelo de difusión de la publicidad comercial privada de los grandes monopolios mediáticos y de la escuela del marketing político anglosajón para comunicarse con la sociedad mexicana y del cual dijeron sistemáticamente que pretendían huir institucionalmente.

Así, en el proceso de instrumentación del modelo de información de la *Aguja Hipodérmica*, los partidos le dieron primacía al uso del sub modelo de comunicación de la televisión comercial con sus respectivos recursos del espectáculo, la escenografía provocativa, la actuación dramática, el mensaje light, y el show político; en pocas palabras, se impulsó el *Modelo de la Comunicación Casino*

¹⁷ Toussaint, Florence, "Medios y prerrogativas electorales", revista *Proceso*, No. 1671, México, 9 de noviembre del 2008, páginas 69 y 70; "Confusión sobre publicidad de campañas en entidades donde habrá comicios en 2009", periódico *La Jornada*, México, 5 de diciembre del 2009.

para promover su imagen¹⁸, reemplazando la difusión de ideas y propuestas racionales para enfrentar los grandes desafíos nacionales urgentes que debían de resolverse¹⁹.

En este sentido, pese a contar con un marco normativo favorable que les otorgó la Reforma Electoral para desplegar una gran capacidad comunicativa e instrumentar una nueva concepción avanzada de la comunicación política; los partidos demostraron, una vez más, su penuria ideológica y su extravío social, y construyeron la conciencia política de los ciudadanos retomando la práctica mercadológica comercial para la venta de productos como la estrategia central para generar su línea de vinculación masiva con los electores. En este sentido, el modelo de comunicación política de los partidos se estructuró a partir de las reglas de la publicidad mercantil que se basó en utilizar "un slogan y un producto que promocionar. O bien, difundir historias cortas relatadas por campeones olímpicos, actores de televisión, futbolistas, empresarios, luchadores, etc. Es decir, los partidos políticos utilizaron todos aquellos elementos de identidad que ya existían en la memoria del

¹⁸ Para profundizar sobre las características del *Modelo de Comunicación Casino*, revisar de Esteinou Madrid, Javier, "El origen ético moral de la crisis del modelo de la economía basura", en Revista *Mediaciones Sociales*, No. 5, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, España, segundo semestre del 2009, 65 páginas; <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS2/Indice/indice.html>.

¹⁹ El fenómeno de la espectacularización de la política hasta grados extremos para ganar votos, no es un suceso exclusivo de la comunicación política mexicana, sino también acontece en otras naciones del mundo contemporáneo. Por ejemplo, en febrero del 2010 en las elecciones para la renovación de los poderes públicos del Parlamento de Colombia, la ex ministra de turismo y ex presentadora de televisión de 42 años, Ma. Fernanda Valencia, prometió a los electores como centro de su campaña que aparecería sin ropa en una revista para caballeros si era elegida para ocupar un escaño en el Congreso Colombiano. Es decir, no ofreció un proyecto para la creación de empleos, el mejoramiento de la economía, la lucha contra la guerrilla o el terrorismo; sino simplemente cambió su desnudo por votos seguros. "Promete desnudo por votos", periódico *Reforma*, México, 4 de febrero del 2010.

elector, pues los veían todos los días y se les aparecían en todos los horarios”²⁰.

Dentro del gran arsenal de recursos de identidad persuasiva con que se podía realizar el proceso de comunicación política moderna, pasmosamente en un alto porcentaje, los partidos decidieron incorporar preferentemente a integrantes del espectáculo para representar su imagen, y no a los propios miembros de sus agrupaciones institucionales que realizaban la gestión política cotidiana; y los pocos actores políticos que figuraron en las pantallas y diales lo hicieron adoptando las mismas reglas dramáticas de los animadores de la televisión comercial. Así, al incluir a trabajadores de la farándula como propaganda o como candidatos, en última instancia, los partidos políticos demostraron que solo les interesaba ganar votos y elecciones a costa de lo que fuera. Para ello, hicieron a un lado a sus militantes de años e incorporaron a personas famosas del espectáculo y del deporte, sin importar que no estuvieran capacitados para ejercer un cargo de elección popular, ni mucho menos para elaborar leyes en el Congreso²¹.

A través de esta estrategia los partidos no pretendieron convencer a los votantes con la discusión de planteamientos ideológicos de fondo que era la demanda de la severa crisis global de la nación en todos sus ámbitos de desarrollo, sino que únicamente utilizaron los abrumadores recursos virtuales para ligar la imagen de sus instituciones políticas con el glamur de los íconos de figuras públicas reconocidas ampliamente. Así, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), contrató a Lilia Aragón, Karla Marqueda, (profesionales de Televisa Monterrey) y Omar Fierro y Mariana Ochoa (actores de televisión)²². El Partido Acción Nacional (PAN) vinculó su representación con Carlos Hermosillo (ex futbolista), Fernando Platas (campeón clavadista internacional), el “Místico” (luchador de la Arena México) y con Iridia Salazar (campeona

²⁰ Toussaint, Florence, “La política como espectáculo”, revista *Proceso*, No. 1703, México, 21 de junio del 2009, página 70.

²¹ Ibid.

²² “De los reflectores a la política”, periódico *Reforma*, México, 1 de julio del 2009, www.busquedas.gruporeforma.com.

olímpica en taekwondo)²³ para promocionar su imagen. El Partido Verde Ecologista de México (PVEM) alquiló a Raúl Araiza y Maite Perroni (actores de Televisa)²⁴. El Partido Social Demócrata (PS) se relacionó con “La Chiva” (actriz de Televisa), Tere Vale (conductora de televisión y radio) y Juan Antonio Méndez Parra (ex dueño de Rockotitlán y bajista del grupo Kerigma)²⁵. El Partido de la Revolución Democrática (PRD) se presentó con Ana Guevara (vencedora olímpica en velocidad) y con la niña Mariana (protagonista infantil de nueva creación)²⁶. El Partido del Trabajo (PT) fue caracterizado por Claudia Pichardo, mejor conocida como La Bombón Gruperá (cantante), etc²⁷.

En cuanto a los contenidos de los mensajes políticos en los medios abiertos, el PAN se centró en el tema del narcotráfico, no obstante que era una lucha gubernamental fracasada. El PRI basó sus propuestas en exaltar y recobrar su antigua experiencia para gobernar al país. El PRD fundamentó su táctica proselitista en una publicidad personalista alrededor de Jesús Ortega, presidente del partido, demandando una nueva credibilidad hueca para recolocar

²³ “Recorre el PAN a deportistas” periódico *Reforma*, México, 2 de mayo del 2009; “Sin spots el PAN arranca su campaña”, periódico *La Jornada*, México, 3 de mayo del 2009; “Embiste *Místico* contra indecisos”, periódico *Reforma*, México, 22 de mayo del 2009.

²⁴ “Usar artistas en spots es un fraude para electores: Navarrete” Agencia de Noticias *Notimex*, México, 3 de julio del 2009; “Revela Araiza: Televisa me invitó a la campaña”, periódico *Reforma*, México, 27 de junio del 2009; “Critican que Televisa *alquile* sus actores a partidos”, periódico *Reforma*, México, 28 de junio del 2008, www.busquedas.gruporeforma.com; “De los reflectores a la política”, periódico *Reforma*, México, 1 de julio del 2009, www.busquedas.gruporeforma.com; “Abanderan con convicción causas ecologistas”, periódico *Reforma*, 1 de julio del 2009, www.busquedas.gruporeforma.com; “Lamenta Maite abstencionismo”, periódico *Reforma*, 10 de julio del 2009, www.busquedas.gruporeforma.com.

²⁵ “Apuntalan spots guerra electoral”, periódico *Excelsior*, México, 2 de mayo del 2009; “De los reflectores a la política”, periódico *Reforma*, México, 1 de julio del 2009, www.busquedas.gruporeforma.com.

²⁶ Toussaint, Florence, “La política como espectáculo”, revista *Proceso*, No. 1703, México, 21 de junio del 2009, página 70; “Sigue la niña Mariana en los spots del PRD”, periódico *Milenio Diario*, 31 de mayo del 2009.

²⁷ “De los reflectores a la política”, periódico *Reforma*, México, 1 de julio del 2009, www.busquedas.gruporeforma.com.

socialmente al organismo político. El PVEM, contrariamente a su plataforma de principios humanistas, centró su campaña en la promoción de la pena de muerte a secuestradores, otorgar vales para medicinas, facilitar bonos para clases de inglés y computación²⁸. La alianza Convergencia y el Partido del Trabajo cimentaron *narcisistamente* su campaña de propuestas en la figura *mesiánica* de López Obrador que expuso tesis vagas y mínimas sobre el rescate de la nación²⁹.

Desde el punto de vista de la construcción de la gobernabilidad, podemos decir que en la proporción en que los partidos políticos acudieron al uso de los recursos persuasivos del espectáculo, de la farándula, del *vodevil* y del *star system* para convencer a los votantes y obtener su apoyo; en esa misma proporción demostraron la fragilidad, vacío y fracaso que experimentan como órganos públicos de representación popular y de dirección nacional, pues dependieron del glamur y del maquillaje publicitario para alcanzar sus objetivos, y no de la fuerza de sus propuestas innovadoras de gobierno para cautivar e inducir a los electores.

La sociedad mexicana no necesita partidos con *modelo de comunicación de antros*, requiere partidos éticos comprometidos en la construcción de prototipos de comunicación ciudadana que eleven el nivel de conciencia de los sujetos, para contribuir a la resolución de los conflictos de la agenda nacional. De lo contrario, de no contar con este posicionamiento de intervención ciudadana, tendremos que afirmar que no sólo la *telecracia* es un obstáculo para la edificación de la democracia; sino también contrariamente a lo que ha dicho la clase política sobre sí misma, también los partidos políticos son un profundo impedimento para la creación de la democracia en México.

Vinculando esta realidad con experiencias del pasado, se observó que, en esencia, los partidos políticos apelaron a la misma estrategia ideológica de convocatoria mediática que utilizó el sistema de la televisión privada en el país para colocar los Juegos

²⁸ “Reciclan propuestas en el Partido Verde”, periódico *Reforma*, México, 8 de junio del 2009.

²⁹ Toussaint, Florence, “La política como espectáculo”, página 70.

Olímpicos de Atenas, Grecia, en el año 2004, donde para capturar la atención de los espectadores no recurrieron a la simple emoción y desafíos derivados del espíritu olímpico de cada competencia deportiva en sus múltiples versiones; sino que también apostaron al glamur de artistas, cómicos, conductores, comediantes, etc. para capturar el rating³⁰.

Así, por ejemplo, el poder mediático acudió a la popularidad de los comediantes Brozo (Víctor Trujillo), Eugenio Derbez y “El Hooligan” (Andrés Bustamente), a la fama de los artistas Angélica Vale, Omar Chaparro, “La Tesorito” y “El Compayito”, deportistas como Julio César Chávez (boxeador), marionetas como “Los Peluches”, etc. que abusaron de expresiones corrientes como “nacos”, “bebas”, “perejilas”, “tachaditos”, “compayitos”, albures, etc. para promocionar los Juegos Olímpicos, e incluso llegaron al extremo de provocar conflictos diplomáticos con el país sede por el uso de esta corriente estrategia informativa que ridiculizó a la milenaria cultura griega para intentar ganar más rating³¹.

³⁰ “Grotresco espectáculo de televisoras”, periódico *Zócalo*, No. 55, México, septiembre del 2004, página 3; y Meléndez Preciado, Jorge, “Atenas otro fracaso de Fox”, periódico *Zócalo*, No. 55, México, septiembre del 2004, página 6. Particularmente el duopolio televisivo se apoyó en la fórmula deporte-espectáculo que substituyó la presencia de los verdaderos deportistas e introdujo la representación de histriones de los medios que emplearon los recursos de la vulgaridad, la frivolidad, el chiste, la anécdota, la falta de respeto y el exceso de comercialización para que Televisa y Televisión Azteca obtuvieran 18 y 23 millones de dólares de ganancias, respectivamente, por sus transmisiones olímpicas.

³¹ La ofensa a la cultura griega fue constante a lo largo de la transmisión televisiva y las dos principales televisoras mexicanas mantuvieron una permanente pugna por el favor del público, presentando hasta el final manifestaciones de vulgaridad y falta de respeto por parte de una de ellas. Así, por ejemplo, al concluir los Juegos Olímpicos alcanzó tal grado la burla que la empresa *Televisa* en su última edición del resumen olímpico, algunos de sus comentaristas fueron elevados al nivel de personajes de la mitología griega cuando se les comparó, por ejemplo, con Odiseo (Manuel Lapuente), Agamenón (Javier Alarcón) y Aquiles (Brozo), entre otros, para enfatizar que ganaron a sus enemigos una especie de Guerra de Troya. Después, en el colmo de la estulticia, el cómico Eugenio Derbez y el actor Omar Chaparro reunieron en torno suyo al personal que estaba en el estudio de Atenas y les pidieron que se tomaran de las manos para elevar una serie de “plegarias”, donde expresaron lo siguiente: “Señor, gracias por este viaje a Atenas, porque las viejas están bien buenas”. “Santo niño San Vicente, a ver si ya se calla

Una vez más, los partidos políticos demostraron su enorme desinterés e irresponsabilidad al no construir un proceso de fluida comunicación con los habitantes de sus distritos para discutir el presente y futuro del proyecto de nación inmerso en la más severa debacle económica existente desde la recesión de 1930; encubrieron su descomposición, fracaso y menosprecio por la ciudadanía con el afeite de la virtualidad electrónica que instrumentó la mercadotecnia “política moderna”.

En suma, lo que se presenció con la instrumentación de dicho modelo de comunicación política fue el burdo blindaje virtual de los partidos políticos para intentar resolver mediante la mercadotecnia comunicativa de los canales electrónicos de difusión masiva y otras infraestructuras informativas, la profundada crisis de legitimidad y representatividad que experimentaron éstos ante los ciudadanos, y no mediante un serio y responsable trabajo de acercamiento con la ciudadanía para atender sus necesidades fundamentales de sobrevivencia³². En plena fase de modernidad y en el total vértice de la mayor crisis de desarrollo que se ha experimentado en los últimos 70 años en México, se constató, una vez más, la severa distancia y ruptura existente entre política y realidad elemental de los habitantes de la nación, lo cual nuevamente, a largo plazo, intensificará la crisis de la política en México.

el chaparrito de enfrente”. “Virgen del Perpetuo Socorro, que Toño (de Valdez) ya no sea tan pederro”, fueron algunas de las frases utilizadas por el par de finísimos cómicos. Finalmente, el numerito terminó cuando Derbez y Chaparro, vestidos como mujer, fueron desnudados y, en el caso del primero, despojado frente a las cámaras del sostén relleno de pelotas que llevaba”. Becerril, Víctor, “Tv privada gana oro en frivolidad”, *Periódico Zócalo*, No. 55, México, septiembre del 2004, páginas 4 y 5.

³² Para analizar el preámbulo de la actual crisis política en México, revisar Revueltas, Andrea, “Antecedentes históricos de la crisis política actual”, en: *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, Gerardo Ávalos Tenorio, (Coordinador), UAM Xochimilco, México, 2009, páginas 219-233.

LA CARENCIA DE DEBATE SOBRE LA AGENDA NACIONAL

Debido a los intereses viciados que movieron electoralmente a la partidocracia nacional durante la fase de los comicios del 2009 que buscaron fundamentalmente el reforzamiento y la legitimación de la actual clase política en el poder y no su profunda autocrítica y renovación representativa; durante la creación del nuevo marco electoral no fue posible que prosperara la verdadera sustancia de la política que implica el análisis y la discusión plural de los principales conflictos de desarrollo del país y la búsqueda de opciones de solución a los mismos. Dicho retroceso de la cultura política mediante la Reforma Electoral se debió a que las campañas propagandísticas sólo se pueden gestar maduramente si se incorpora la reflexión, la discusión, el debate, el enfrentamiento y la oposición de los diversos planteamientos de los múltiples adversarios que compiten entre sí, ya que la política en sí misma implica la polémica, la disputa y la confrontación entre las mejores propuestas que sostienen los distintos sectores políticos en contienda³³. De lo contrario, si no existe este proceso civilizado de confrontación ideológica sobre el universo de alternativas sólo se da la difusión unilateral de propuestas propagandísticas para ideologizar a los auditorios, con el exclusivo fin burdo de ganar votos momentáneos.

Sin embargo, posteriormente a la aprobación de la Reforma Electoral, siguiendo las directrices de la escuela de la *telepolítica* y sus derivados espectaculares, se constató que a los partidos no les interesó la ejecución de esta perspectiva civilizatoria, sino que únicamente los motivó el acceso a los tiempos oficiales en radio y televisión para difundir su imagen virtual a través de la transmisión de millones de spots para legitimarse ante los auditorios como fracciones en el poder. En este sentido, a los partidos no les preocupó discutir a fondo el replanteamiento del proyecto de nación

³³ Revisar de Salmerón Acevedo, Jesús, “Los medios de comunicación y la cultura política”, en: *Voces del Periodista*, No. 94, Club de Periodistas de México, México, 1 al 15 de septiembre del 2004, páginas 28 y 29.

que se debía reconstruir para el siguiente periodo de gobierno y la nueva función orgánica que debían desempeñar los partidos ante la crisis estructural del México convulsionado por el estallido de la crisis mundial del *Modelo de la Economía Basura* a comienzos del siglo XXI.

Así, no obstante haber poseído la mayor cantidad de recursos comunicativos de toda la historia de las campañas políticas en la República mexicana, los partidos políticos no fomentaron la construcción ideológica de más ciudadanía, no elevaron el nivel crítico de la población, no concientizaron más a los ciudadanos sobre el conjunto de garantías constitucionales que les corresponde exigir, no crearon el avance de la conciencia política colectiva, no discutieron los grandes conflictos de la agenda nacional, no generaron mayor claridad mental en los habitantes para colaborar a resolver los grandes conflictos nacionales, no profundizaron sobre los desafíos del sistema político mexicano, no buscaron la participación social en la discusión del proyecto de país, no llamaron a la reconstrucción de la nación, no efectuaron la autocrítica de sí mismos, sino que únicamente difundieron un conjunto de slogans propagandísticos coyunturales y superficiales que no reflejaron un proyecto político de desarrollo nacional. En suma, se produjo un franco retroceso, pues con tantas posibilidades comunicativas de carácter institucional y tecnológico los partidos no crearon una nueva cultura política en la República; se limitaron a reproducir unilateralmente la decadente mentalidad política pervertida heredada del pasado, pero ahora maquillada con los nuevos trucos persuasivos de la mercadotecnia electoral “moderna”.

De esta manera, pese a que el Instituto Federal Electoral (IFE) exhortó a todos los partidos para que realizaran una verdadera exposición y comparación polémica de sus plataformas partidistas³⁴; asombrosamente, todos los partidos despreciaron la invitación oficial del máximo órgano electoral del país y la ausencia de discusión política fue tal que a lo largo de todo el proceso electoral

³⁴ “IFE dice sí al debate, pero entre todos los partidos”, periódico *Milenio Diario*, Sección política, México, 4 de junio del 2009.

de precampañas y campañas sólo existieron dos limitados debates: por una parte, una simple plática audiovisual fuera de los tiempos oficiales del Estado sin llegar a convertirse en debate entre el PAN, PRI y PRD, de hora y media, que organizó el Canal 2 de televisión, coordinado por Joaquín López Dóriga, periodista de la empresa Televisa, en el cual no se abordaron con hondura las propuestas esenciales de cada organización política³⁵. Por otra parte, otra limitada discusión que se gestó entre los institutos políticos minoritarios como el Partido Verde Ecologista de México (PVEM), Partido del Trabajo (PT), Convergencia, Nueva Alianza y Partido Social Demócrata (PSD), y que sólo fue transmitido a través de Internet en versión restringida por la página Web del Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF), en el cual tampoco se encararon a fondo los grandes problemas de la nación en dicha coyuntura³⁶.

Frente a esta realidad, es importante destacar que la cultura política electoral de nuestra sociedad no cuenta con una tradición de discusión crítica racional entre los distintos contendientes, sino que se encuentra en una fase muy incipiente, e incluso primitiva, que tiende más al espectáculo dramático que a la discusión civilizada entre fracciones del poder. Debido a ello, los aparentes debates políticos emitidos por los medios de información colectiva, en otros momentos electorales han sido encuentros de denostación, agresión, insultos, injurias entre los diversos candidatos y no de revisión profesional de las diversas alternativas partidistas ante los principales conflictos de la agenda nacional. ¿Esta es la comunicación política que eleva el nivel de la conciencia ciudadana o es un espectáculo boxístico sangriento de las fases electorales que refleja la naturaleza de lo que es nuestra clase política actual?

Por ello, es necesario que la sociedad se pregunte ¿Dónde quedaron las promesas, las utopías, las esperanzas, las alternativas, los proyectos fundamentales de los partidos políticos para construir un nuevo México en el siglo XXI? Con dichos procedimientos, los

³⁵ “Debate se redujo a una plática televisiva”, periódico *Excelsior*, sección nacional, México, 25 de junio del 2009, <http://www.exonline.com.mx>.

³⁶ “Críticas acaparan debate de partidos: Aceptaron invitación del IEDF sólo grupos políticos de minoría”, periódico *El Universal*, México, 1 de julio del 2009.

partidos políticos elaboraron campañas mediocres, artificiales o falsas, con tópicos muy epidérmicos, cuando lo que se requiere es la discusión frontal, racional, abierta, cruda, de fondo y propositiva sobre los grandes conflictos nacionales que impiden el avance del país.

¿QUÉ HACER?

Ante el horizonte de simple democracia representativa que generó la Reforma Electoral del 2007 para fortalecer herméticamente la estructura partidocrática dominante en el país; ahora es necesario que la sociedad civil presione a los partidos políticos para que el prototipo de difusión que ésta les construyó, se convierta en un verdadero modelo de comunicación ciudadano que permita la emergencia de la democracia deliberativa para que la sociedad se exprese en las fases electorales y en otras etapas del desarrollo histórico, con el fin de exponer públicamente sus necesidades prioritarias de sobrevivencia y discutir las con la clase política.

Es necesario considerar como señala Cárdenas García que:

la democracia no es sólo un asunto electoral. Una buena democracia tiene que ver con garantías fuertes y suficientes para proteger derechos fundamentales, tiene relación con una adecuada división y equilibrio de poderes, tiene vínculos con mecanismos de rendición de cuentas y, sobre todo, con fórmulas que provoquen esquemas más participativos, deliberativos, transparentes y con más controles al poder por parte de los ciudadanos. Se requieren instrumentos a nivel federal de democracia directa que no existen en nuestro país como la iniciativa legislativa popular, la revocación de mandato, el referéndum, la auditoría ciudadana, el presupuesto participativo, etc. Se necesitan mecanismos que en el ámbito judicial faculten al ciudadano a promover acciones populares de inconstitucionalidad, recursos constitucionales para proteger de mejor manera los derechos económicos, sociales y culturales. Instrumentos para proteger derechos colectivos y difusos, establecer

figuras como *amicus curiae*, y en general poner fin a los vetustos criterios de improcedencia como el de interés jurídico, que limita el acceso a la justicia.

Igualmente se necesita más transparencia en la vida pública formal e informal del país. En las leyes de transparencia no sólo deben ser sujetos obligados de las mismas los poderes formales sino también los informales, incluyendo a partidos, sindicatos, organizaciones empresariales, medios de comunicación electrónica, etc. El criterio para exigir transparencia no debe ser nada más para el uso de recursos públicos por parte de los poderes fácticos, sino igualmente para las instituciones privadas o sociales que tienen trascendencia en la vía pública o en el aparato de Estado. Por lo tanto, para alcanzar todo lo anterior se requiere contar con un marco de deliberación para la toma de decisiones en todas las instituciones, pues sólo mediante este instrumento se puede aspirar a que la política no represente intereses parciales, sino generales, ya que la deliberación implica justificación y argumentación de razones y decisiones³⁷.

De esta forma, se requiere evitar que la Reforma sólo actúe como un instrumento de propaganda unilateral de las fracciones políticas instaladas en las estructuras de la gobernabilidad para garantizar su reproducción privilegiada a mediano y largo plazo, evitando el empoderamiento de la sociedad civil, que es a la que se deben como representantes colectivos.

Bajo esta perspectiva es fundamental que en las próximas elecciones sólo el 40 % de los tiempos del Estado en radio y televisión se entreguen a los partidos políticos y el 60 % restante se otorgue a la sociedad organizada para que ésta se comunique con los candidatos de los partidos en contienda y polemice con ellos sus propuestas de gobierno para las próximas legislaturas. Hay que recordar la premisa fundamental que indica que los tiempos de comunicación de Estado son pagados por la sociedad a través de sus impuestos, que entrega periódicamente al gobierno, y por lo tanto,

³⁷ Cárdenas García, Jaime, "Poderes fácticos e incompatibilidades parlamentarias", *Op. Cit.*, páginas 8 y 9.

son recursos que antes de estar al servicio propagandístico de los partidos, deben estar al servicio de sus necesidades comunicativas de las comunidades, porque la sociedad es la dueña de dichos recursos de comunicación.

De lo contrario, será difícil que la solución a las principales necesidades de las comunidades se incluya en las ofertas partidistas y la sociedad sólo intervendrá como sector marginado para elegir el universo de alternativas que unilateralmente oferten los partidos políticos, pero no podrá participar en la discusión y creación de tales propuestas propagandistas segmentadas. En consecuencia, si no interviene la ciudadanía, nuevamente se reproducirá un orden político *partidocrático*, más no democrático para la sociedad.

Por consiguiente, antes que los partidos nuevamente acudan en las etapas electorales al recurso del prototipo de la *telepolítica* espectacular fragmentada y al spot, como su herramienta fundamental de convencimiento y movilización social; es indispensable rescatar la verdadera esencia de la política que es la participación de las comunidades en los asuntos de la polis. Es decir, en contra de la práctica de la *telepolítica* que no aborda los aspectos de la realidad, sino que se basa en el uso de los lenguajes efectistas para producir sensaciones o fenómenos adrenalínicos que concentren la atención de los votantes, la política tiene que abordar los asuntos de lo público, pues si no los canaliza institucionalmente la política, ninguna otra actividad pacífica los abordará, y por lo tanto, se acumulará la anarquía con su consecuente descomposición social.

Debido a ello, es indispensable recurrir al análisis, a la polémica, a la confrontación, al debate y a la construcción del consenso para contribuir a transformar la realidad social a través de la difusión partidista³⁸. De ninguna forma, la comunicación política puede sustituir el trabajo político que deben realizar las instituciones de gobernabilidad, pues de lo contrario se produce un espectáculo

³⁸ Consultar de García Rubio, Claudia I.: "Reforma electoral y televisión. Los formatos de los mensajes políticos después de la reforma electoral" en: revista *El Cotidiano*, No. 155, UAM Azcapotzalco, México, mayo-junio del 2009, páginas 9-11.

mediático y no la democracia deliberativa de calidad que necesita la sociedad mexicana para avanzar.

Con este fin, los partidos políticos y la sociedad civil, a través de los tiempos del Estado y otras alternativas tecnológicas, deben preparar nuevas vías de comunicación multilaterales con todos los sectores sociales, para que los ciudadanos discutan activamente sus proyectos políticos con los candidatos que compiten por los cargos de elección popular, y mediante esta acción, participen en la elaboración de las propuestas electorales de los partidos que los representan.

Así, para avanzar en la madurez de la Reforma Política a principios del nuevo milenio requerimos recolocar el sentido verdadero de la democracia en el proceso de construcción del México moderno, particularmente en los tiempos electorales, pues la vieja fórmula que argumenta que ésta se dará a través de la intervención de la práctica desregulada de la libertad de información de los monopolios de la comunicación o por el fortalecimiento de la representatividad propagandística de la sociedad concentrada a través de los actuales partidos políticos; ya demostró su fracaso a lo largo del siglo XX y comienzos del XXI.

De esta manera, para cimentar una sociedad más equilibrada, ahora se requiere replantear la relación existente entre partidos, campañas electorales, industrias culturales y ciudadanía, especialmente en las fases de contiendas, propiciando la presencia activa de los diversos sectores civiles que componen el país en el espacio público mediático para expresar y discutir colectivamente sus necesidades de desarrollo, vía los medios de difusión masiva. Así, para lograr una auténtica transición política en México no se debe dejar más esta responsabilidad orgánica en manos del poder mediático o bajo los caprichos coyunturales de los partidos políticos burocratizados, pues ambos sólo velan por el fortalecimiento de sus posiciones grupusculares y no contemplan la resolución de las necesidades vitales de la sociedad.

Con objeto de construir la nueva sociedad que se demanda en todos los niveles civilizatorios del país a principios del siglo XXI, es fundamental que el Estado mexicano cree las condiciones para que la ciudadanía rescate su poder de expresión en el nuevo es-

pacio público mediático, por medio del libre acceso a los medios de difusión colectiva. No puede existir democracia política sin la democracia de la palabra de las comunidades.

Por ello, la solución de tales vacíos jurídico-políticos que prevalecen en la estructura de la Reforma Electoral, deben resolverse mediante la ejecución de una rigurosa revisión crítica de tal orden legal que permita reconocer los importantes aciertos alcanzados por la misma, pero que también acepte las severas limitaciones objetivas que todavía permanecen incrustadas en ésta. No se trata de ejecutar una nueva reforma, y menos aún establecer una contrarreforma que anule los avances logrados después de tanto tiempo de espera de los grupos sociales, como lo pretenden ejecutar diversos sectores contrarios al avance de la democracia en México. Lo que se requiere es perfeccionarla para que quede fundada en los mismos cimientos constitucionales que la crearon en el año 2007, a través de la aplicación de un ejercicio quirúrgico, acotado y preciso sobre los aspectos conflictivos que han aflorado durante su implementación en los procesos electorales anteriores. Todo ello, con el fin de introducir los complementos jurídico-políticos correctivos que permitan superar sus fisuras, anacronismos y omisiones para contar con una conducción equilibrada de los futuros procesos electorales de la nación.

De esta forma, con el fin de conquistar un nuevo nivel político civilizatorio en México, es necesario que en este proceso de enriquecimiento de la Reforma Electoral, sean consideradas prioritariamente las iniciativas que formulen los ciudadanos, especialmente en el ámbito de la comunicación política; y no tanto las propuestas emanadas de los partidos políticos. Esto debido a que en su fase de creación original ya fueron suficientemente incorporados los principales intereses particulares de los partidos, llegando al extremo de generar un blindaje para la partidocracia, y dejando notoriamente fuera las necesidades centrales de crecimiento de la sociedad demandadas durante varias décadas.

Debido a esto, ahora se requiere ejecutar diversas acciones de cambio en los niveles jurídico, comunicativo, formación de conciencia, fiscalización, participación ciudadana, regulación del poder mediático, y defensa del espacio de Internet que posibiliten

el rescate de la verdadera acción política, con su correspondiente comunicación, y eviten que continúe avanzando el patrón de la *telepolítica* mediática con su respectiva tendencia a la inestabilidad del sistema electoral, de la gobernabilidad nacional y de la paz social en el país.

Con la realización de estas acciones y otras más que contribuyan a perfeccionar los procesos electorales, la sociedad civil colaborará relevantemente a edificar una democracia deliberativa que genere elecciones más limpias que ofrezcan mayor armonía y paz social para el país. Así, se contribuirá a evitar que la crisis sistémica que experimenta la sociedad se agudice en las próximas décadas del siglo XXI, ahondando el colapso democrático y civilizatorio de las comunidades mexicanas.

La sociedad espera impaciente la respuesta de la clase política.

Referencias

Libros, revistas y documentos

- Almeyra, Guillermo, "El Estado en la mundialización", en: *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, (coord.), Ávalos Tenorio, Gerardo, Colección Teoría y Análisis, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM Xochimilco, México, 2009.
- Cárdenas García, Jaime, *Poderes fácticos e incompatibilidades parlamentarias*, Serie Doctrina Jurídica No. 343, Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ), UNAM, México, 2006.
- Esteinou Madrid, Javier, "Bicentenario; medios electrónicos colectivos y fortalecimiento del Estado Fallido en México", en: *Revista Razón y Palabra*, No. 74, "Euro-Región Galicia-Norte de Portugal", en: *Revista Razón y Palabra*, No. 74, "Euro-Región Galicia Norte de Portugal", Coordinadores: Ana Belén Fernández Souto, *Revista Electrónica Vía Internet, Primera Revista Electrónica Especializada en Comunicación en América Latina*, Departamento de Comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), México, noviembre 2010-enero 2011, 18 páginas, ISSN 1605-4806, <http://www.razonypalabra.org.mx>.
- Esteinou Madrid, Javier, "El origen ético moral de la crisis del modelo de la economía basura", en *Revista Mediaciones Sociales*, No. 5, *Revista*

de Ciencias Sociales y Comunicación, Grupo de Investigación Identidades Sociales y Comunicación, Departamento de Sociología IV, Sección de Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, España, Segundo Semestre del 2009, ISSN Electrónico 1989-0494, 65 páginas; <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS2/Indice/indice.html>.

- "Hacia una agenda de comunicación para la reconstrucción de la nación", Conferencia presentada en la Mesa: "Agendas del país desde la comunicación y la política", XV *Encuentro Nacional del CONEICC: "La comunicación que necesitamos, El país que queremos"*, Consejo Nacional Para la Enseñanza e la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, México, DF, Auditorio José Sánchez Villaseñor, 6 al 9 de octubre del 2010, 25 páginas.
- "La Reforma Electoral y su repercusión comunicativa sobre las elecciones políticas de 2009 en México", Revista *Espacios Públicos*, No. 28, Año 13, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPS), Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), Estado de México, México, agosto del 2010, páginas 83-101.

Farrera Bravo, Gonzalo y Sánchez Gudiño, Hugo, *Pasado, presente y futuro de los partidos políticos en México*, Colección Las Ciencias Sociales, Ed. Miguel Ángel Porrúa y FES Aragón, UNAM, México, 2011.

García Rubio, Claudia I., "Reforma electoral y televisión. Los formatos de los mensajes políticos después de la reforma electoral", en: Revista *El Cotidiano*, No. 155. Año 24, Revista de la Realidad Mexicana Actual, "Medios masivos de comunicación y reforma electoral", UAM Azcapotzalco, México, mayo-junio del 2009.

Los grandes problemas de México, Varios autores, 16 tomos, 70 Aniversario de El Colegio de México 1940-2010: "Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución", El Colegio de México, México, 2010; <http://2010.colmex.mx/tomos2.html>.

Novelo Urdanivia, Federico, "Desarrollo y democracia en México", en: *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, (Coordinador), Ávalos Tenorio, Gerardo, *Colección Teoría y Análisis*, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM Xochimilco, México, 2009.

Pensar el futuro de México, Colección conmemorativa de las revoluciones centenarias, Autores varios, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM Xochimilco, México, 2010 y 2011, <http://desh.xoc.uam.mx/pensarelfuturodemexico>.

Sánchez Gudiño, Hugo, "El triángulo dorado: Medios-dinero-partidos. Reflexiones sobre la constitución de la nueva agenda mediático-electoral

en México", en: *Pasado, presente y futuro de los partidos políticos en México*, Colección Las Ciencias Sociales, Ed. Miguel Ángel Porrúa y FES Aragón, UNAM, México, 2011.

Toussaint, Florence, "Medios y prerrogativas electorales", Revista *Proceso*, No. 1671, Columna Televisión, Revista de Información y Análisis, México, 9 de noviembre del 2008.

- "La política como espectáculo", Revista *Proceso*, No. 1703, México, 21 de junio del 2009.

Ugalde, Luis Carlos, "La reforma regresiva", en: Revista *Nexos*, No. 380, "Ciudades tomadas", México, agosto del 2009.

Unzueta Granados, Héctor Ángel, "El lenguaje de las emociones en los dispositivos de la comunicación política contemporánea", en: Revista *Veredas*, Año 10, "Pensar lo social desde el doctorado en ciencias sociales", Departamento de Relaciones Sociales, División de Ciencias Sociales y Humanidades, UAM, Xochimilco, México, primer Semestre del 2009.

Velázquez Velázquez, Daniel, Prólogo, en: *Pasado, presente y futuro de los partidos políticos en México*, Coordinadores: Hugo Sánchez Gudiño y Gonzalo Farrera Bravo, Colección Las Ciencias Sociales, Ed. Miguel Ángel Porrúa y FES Aragón, UNAM, México, 2011.

Hemerografía

- "Abanderan con convicción causas ecologistas", periódico *Reforma*, 1 de julio del 2009, www.busquedas.gruporeforma.com.
- "Académicos deploran *spotcracia*", Sección nacional periódico *Excélsior*, 25 de junio del 2009, <http://www.exonline.com.mx>
- "Apuntalan spots guerra electoral", periódico *Excélsior*, México, 2 mayo del 2009.
- "Campañas de *spotización*: José Woldenberg", periódico *Milenio Diario*, Sección nacional, México, 1 de junio del 2009, www.milenio.com.
- "Confusión sobre publicidad de campañas en entidades donde habrá comicios en 2009", periódico *La Jornada*, México, 5 de diciembre del 2009.
- "Critican que Televisa *alquile* sus actores a partidos", periódico *Reforma*, México, 28 de junio del 2008, www.busquedas.gruporeforma.com.
- "Críticas acaparan debate de partidos: Aceptaron invitación del IEDF sólo grupos políticos de minoría", periódico *El Universal*, México, 1 de julio del 2009.

- “De los reflectores a la política”, periódico *Reforma*, México, 1 de julio del 2009, www.buscudas.gruporeforma.com.
- “Debate se redujo a una plática televisiva”, periódico *Excélsior*, Sección nacional México, 25 de junio del 2009, <http://www.exonline.com.mx>.
- “Embiste *Místico* contra indecisos”, periódico *Reforma*, México, 22 de mayo del 2009.
- “IFE dice sí al debate, pero entre todos los partidos”, periódico *Milenio Diario*, Sección política, México, 4 de junio del 2009.
- “Lamenta Maite abstencionismo”, periódico *Reforma*, 10 de julio del 2009, www.buscudas.gruporeforma.com.
- “Promete desnudo por votos”, periódico *Reforma*, México, 4 de febrero del 2010.
- “Reciclan propuestas en el Partido Verde”, periódico *Reforma*, México, 8 de junio del 2009.
- “Recurre el PAN a deportistas” periódico *Reforma*, México, 2 de mayo del 2009.
- “Sigue la niña Mariana en los spots del PRD”, periódico *Milenio Diario*, 31 de mayo del 2009.
- “Usar artistas en spots es un fraude para electores: Navarrete” Agencia de Noticias *Notimex*, México, 3 de julio del 2009.
- Salmerón Acevedo, Jesús, “Los medios de comunicación y la cultura política”, en: *Voces del Periodista*, No. 94, Año VIII, Club de Periodistas de México, México, 1 al 15 de septiembre del 2004.
- “Revela Araiza: Televisa me invitó a la campaña”, periódico *Reforma*, México, 27 de junio del 2009.
- “Sin spots el PAN arranca su campaña”, periódico *La Jornada*, México, 3 de mayo del 2009.