

sociológica

Elecciones intermedias 2009



Sociológica 72, enero-abril de 2010

© Universidad Autónoma Metropolitana,
unidad Azcapotzalco

ISSN: 0187-0173

Sociológica es una revista de periodicidad cuatrimestral editada por la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Departamento de Sociología; avenida San Pablo 180, Azcapotzalco, c. p. 02200, México, D. F. Editora responsable: María García Castro; certificados de licitud de título y de contenido núms. 5414 y 4192, respectivamente, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación el 11 de marzo de 1992, número de certificado de la reserva del título: 04-202-082716461300-102, expedido el 27 de agosto de 2002 por la Dirección General de Derechos de Autor. ISSN: 0187-0173; los contenidos de los artículos no reflejan necesariamente la opinión de los editores; impresa en técnica Offset, en Editores e Impresores FOC, Los Reyse núm. 26, col. Jardines de Churubusco, 09410, México D. F., distribuida por la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco. Este número se terminó de imprimir en febrero de 2011 y la edición consta de 1,000 ejemplares.

sociológica

Elecciones intermedias 2009

Enero-abril de 2010

Presentación 5

Murilo Kuschick
María García Castro

artículos

Javier Esteinou Madrid 13
El poder mediático y su lucha contra la
democracia electoral en 2009 en México

Julio Juárez Gámiz 43
El papel de la publicidad política en la
nueva ley electoral: una mirada crítica

Martín Echeverría 71
Cibercampañas e inclusión ciudadana.
Del potencial cívico de los sitios de campaña
en las elecciones legislativas de 2009

varia sociológica

Gustavo Javier Fondevila 111
Gestión y administración del sistema de
informantes policiales en México

Patricia Gaytán Sánchez 139
La contribución del estudio del cuerpo
y las emociones a las teorías sociológicas
de la acción (vs. los estudios culturales)

notas y traducciones

- Lidia Girola* 169
Talcott Parsons: a propósito
de la evolución social
- Jaime Ortega Reyna y Stefan Pimmer* 185
Movimientos sociales en el Estado ampliado.
Una lectura desde Gramsci
- Marisol Facuse M.* 201
La utopía y sus figuras
en el imaginario social
- Silvestre Manuel Hernández* 215
Educación y ética
- Stephen Kalberg* 229
Un análisis de la singularidad
de la esfera cívica de los Estados Unidos
en la obra de Max Weber: sus orígenes,
expansión y oscilaciones

reseñas

- René Coulomb* 269
La ciudad de México a debate,
de Jorge Legorreta
- Laura Loeza Reyes* 275
Construcción democrática de ciudadanía,
de Griselda Gutiérrez Castañeda
- Roberto García Jurado* 285
Los altermundistas
- Sergio Tamayo* 291
Ciudadanía sustantiva,
participación o transgresión



Sociológica

ISSN: 0187-0173

revisoci@correo.azc.uam.mx

Universidad Autónoma Metropolitana
México

Esteinou Madrid, Javier

El poder mediático y su lucha contra la democracia electoral en 2009 en México

Sociológica, vol. 25, núm. 72, enero-abril, 2010, pp. 13-41

Universidad Autónoma Metropolitana

Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=305026713002>

El *poder mediático* y su lucha contra la democracia electoral en 2009 en México

Javier Esteinou Madrid¹

RESUMEN

No obstante los aspectos favorables que se conquistaron con la aplicación del modelo de difusión política en las elecciones intermedias de 2009, de igual forma emergieron múltiples aspectos negativos que impactaron significativamente sobre el proceso democrático de la renovación de los poderes en México. Dentro de dichos aspectos figuraron, entre otros, la intervención y la victoria de los *poderes mediáticos* que burlaron la acción de las nuevas normas que incorporó la reforma electoral. Por ello, es necesario realizar una nueva reforma electoral que remedie jurídicamente con nuevas propuestas normativas más precisas los vacíos legales que dejaron las leyes electorales en el ámbito de la comunicación política, para evitar que surja la ilegalidad electoral y, con ella, la anarquía social en las próximas elecciones nacionales.

PALABRAS CLAVES: reforma electoral, elecciones, boicot electoral, poder mediático, *spotización* electoral, comunicación política.

ABSTRACT

Despite the positive advances won with the application of the model of political publicity in Mexico's 2009 midterm elections, many negative aspects also emerged that had an impact on the democratic process of renewing the branches of government. Among others, we must include the intervention and victory of the *media as a fourth estate*, which made a mockery of the new norms voted into law with the electoral reform. For this reason, it is important to make a new reform that would close the loopholes in the legislation on political communications with new, more precise regulations, to avoid illegality –and with it, social anarchy– during the next elections.

KEY WORDS: electoral reform, elections, electoral boycott, power of the media, making elections hinge on media spots, political communications.

¹ Profesor-investigador titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco. Correo electrónico: jesteinou@prodigy.net.mx



LA APROBACIÓN DE LA REFORMA ELECTORAL DE 2007 EN EL CONGRESO DE LA UNIÓN

Después de varias décadas en las que el Estado mexicano renunció a ejercer su responsabilidad rectora y equilibradora en el terreno de la comunicación colectiva, no fue sino hasta 2007 que el Poder Legislativo, atendiendo al claro veredicto de la Suprema Corte de Justicia de la Nación de anular la llamada “Ley Televisa”, resucitó la herencia y riqueza constitucional altamente reivindicadora del proyecto de comunicación nacional que generó las bases para que se crearan otras transformaciones profundas en el modelo de difusión colectiva en el país. Fue hasta este periodo histórico cuando el Congreso de la Unión reaccionó para rescatar su naturaleza de poder del Estado nación y reconquistó su fuerza estructuradora como poder central sobre la colectividad en el ámbito comunicativo. Para ello, impulsó la reforma electoral con la cual formuló nuevas reglas y fijó límites constitucionales precisos a la acción de los *poderes comunicativos salvajes*,² que anteriormente habían socavado la soberanía del Estado, especialmente en los periodos electorales, y se creó un nuevo horizonte para la edificación de un proceso de comunicación política diferente y de algunos otros aspectos del sistema de comunicación social en la república (Casar, 2009).

² Los *poderes salvajes* son aquellas fuerzas sociales que han rebasado los mecanismos de control del Estado y, en consecuencia, no pueden ser acotadas por éste, presionando sustantivamente su desempeño.

De esta manera, la segunda acción que realizó el poder republicano para rescatar al Estado nación comunicativo (posteriormente a la anulación de la “Ley Televisa” por la Suprema Corte de Justicia) se efectuó cuando, siguiendo los pronunciamientos previos que establecieron los ministros de la Corte sobre la esencia del proyecto de comunicación nacional, el Poder Legislativo modificó nueve artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y aprobó sorpresivamente la reforma electoral sin que la fuerza del tradicional poder mediático conservador la pudiera obstaculizar. Así, el 12 de septiembre de 2007 se aprobó la reforma en el Senado de la República con 111 votos a favor y 11 en contra (*Reforma*, 2007a), y el 14 de septiembre en la Cámara de Diputados con 361 votos a favor, 30 en contra y dos abstenciones (*La Jornada*, 2007a). Posteriormente, el nuevo acuerdo jurídico fue legitimado el 9 de octubre por treinta estados federados de la República Mexicana que la valoraron como un importante avance para la democracia (*Reforma*, 2007b), con excepción del gobierno de Coahuila, que la rechazó por considerar que atentaba contra la libertad de expresión (*Reforma*, 2007c).

Con esta acción política el Poder Legislativo se liberó parcialmente de la fuerte influencia que durante varias décadas ejercieron los *poderes fácticos mediáticos* para manejar o manipular los procesos ideológicos de las elecciones en México y creó nuevas condiciones normativas para aparentemente realizar procesos electorales más diáfanos e imparciales (Luján, 2009: 263-277; Porras, 2009: 277-297). Es decir, esta iniciativa estableció límites constitucionales firmes a la fuerza de la *mediocracia* durante las fases de renovación de los poderes públicos en el país y les devolvió a los partidos políticos todo su poder ideológico para realizar libremente las campañas propagandísticas sin presiones mediáticas.

LOS VACÍOS DE LA NUEVA NORMATIVIDAD

Mediante la elaboración de la reforma electoral y la incorporación de procedimientos de *blindaje electoral* se redujo, aparentemente y de forma parcial, la fuerte presión que ejercían los monopolios mediáticos sobre los candidatos de los partidos políticos, particularmente

en las etapas electorales. Con ello, se pretendía impedir que los actores políticos quedaran subordinados a los intereses de los grandes monopolios de la comunicación, así como que pactaran con ellos su respaldo mediático a cambio de recibir futuros beneficios económicos, políticos, jurídicos y culturales, una vez que los candidatos apoyados por las fuerzas mediáticas llegaran al Poder Legislativo o al Poder Ejecutivo.

Se buscaba evitar, al menos parcialmente, que el dinero de los grandes monopolios u organismos de presión social continuaran, cada vez más, pervirtiendo a la política al permitir que aquéllos definieran qué sujetos y qué contenidos podían participar, y cuáles no, en el *espacio público mediático* que construyen los medios de difusión colectiva para intentar persuadir a la población con su propaganda partidista y ganar o perder con ello las contiendas electorales.

A pesar de los relevantes avances normativos que introdujo la reforma electoral de 2007 en el terreno de la comunicación política en México y de los mecanismos de blindaje que se aplicaron, ésta permaneció con diversos vacíos y relevantes deficiencias jurídicas que la colocaron en una importante situación de vulnerabilidad regulatoria para poner bajo el orden constitucional, firmemente, a los *poderes fácticos mediáticos*, a otras fuerzas del *dinero sucio*, y para equilibrar eficientemente dichos procesos de transición social. Estas lagunas jurídicas, algunas estrategias de presión que aplicaron los monopolios mediáticos y la práctica de diversas inconsistencias de la clase política para sostener firmemente a la reforma electoral propiciaron que ésta entrara en una etapa de fragilidad, crisis y quiebre que evitaron que el espíritu con el que originalmente fue diseñada se pudiera alcanzar plenamente en las elecciones intermedias de 2009 en México.

EL DESARROLLO DEL PROCESO ELECTORAL 2009













Enmarcado por el ambiente de una profunda crisis económica nacional e internacional y por la epidemia de la influenza A/H1N1 que azotó drásticamente a toda la población del país, el 3 de mayo del 2009 inició oficialmente el proceso electoral con los ocho partidos

políticos existentes en México: Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Acción Nacional (PAN), Partido de la Revolución Democrática (PRD), Partido Verde Ecologista de México (PVEM), Partido del Trabajo (PT), Partido Nueva Alianza (PNA), Partido Convergencia (PC) y Partido Social Demócrata (PSD), con el fin de renovar quinientas curules de la Cámara de Diputados entre 3,637 aspirantes inscritos ante el Instituto Federal Electoral (*El Universal*, 2009). Dentro de este escenario de competencia política se conformaron dos alianzas que postularon candidatos comunes: la coalición parcial del Partido Revolucionario Institucional con el Partido Verde Ecologista de México en 63 distritos electorales y la coalición total entre el Partido del Trabajo y el Partido Convergencia en los trescientos distritos electorales.

En el desarrollo de este proceso se aplicó el nuevo modelo de comunicación política de los partidos derivado de la reforma electoral aprobada por el Poder Legislativo y por el Poder Ejecutivo en 2007, que consiste básicamente en que los partidos políticos no puedan comprar sus propios tiempos publicitarios a las empresas privadas o públicas de radiodifusión colectiva, sino que realicen su propaganda a través de los tiempos oficiales de radio y televisión del Estado que les otorgó el Instituto Federal Electoral. Así, durante más de dos meses, entre campañas y precampañas, los institutos políticos y las coaliciones transmitieron una cantidad superior a los 23 millones de *spots* para promover a sus respectivos candidatos.

Los resultados que se obtuvieron en los comicios intermedios de la elección de diputados en el 2009 fueron los siguientes: el PRI ganó el 36.68%; el PAN, 27.98; el PRD, 12.20; el PVEM, 6.50; el PT 3.56; Nueva Alianza, 3.41; Partido Convergencia, 2.36; y el PSD 1.03; la alianza PRI-OVEM obtuvo un 0.41, la alianza PT-Convergencia el 0.24, el voto nulo representó el 5.39 y los votos no registrados el 0.18 (véase Cuadro 1).

Cuadro 1
RESULTADOS DEL PROCESO ELECTORAL DE DIPUTADOS
FOR PARTIDOS Y COALICIONES POLÍTICAS EN 2009

		Partidos	Votos	%	
Partidos políticos en la contienda 2009			12,520,418	36.68	
			9,549,798	27.98	
			4,164,393	12.20	
			2,219,861	6.50	
			1,216,237	3.56	
			1,164,999	3.41	
			808,674	2.36	
			353,261	1.03	
	Coaliciones políticas	Parcial (63 distritos)		142,874	00.41
		Total (300 distritos)		84,207	00.24
				1,839,971	05.39
				62,101	00.18
			Total	34,126,794	100.00

Fuente: Cifras basadas en los resultados provisionales del Programa de Resultados Preliminares (PREP) al 8 de julio del 2009; cuentan con una validez institucional del Instituto Federal Electoral (IFE) del 99.87%. “Resultados electorales 2009 de diputados a nivel nacional”, PREP, Departamento de Informática, IFE, México, D. F., 6 de julio del 2009 (www.ife.org.com.mx).

Sin embargo, pese a los nuevos controles jurídicos que introdujo la reforma y los resultados que se dieron, la gestión de esta contienda electoral se enfrentó a diversos mecanismos que la vulneraron, mostrando que todavía era una fórmula política muy limitada y necesitada de perfeccionarse sustantivamente con la participación crítica de la sociedad y no sólo mediante la intervención parcializada de los partidos políticos.

LOS LOGROS DE LA REFORMA ELECTORAL DE 2007

Mediante la aplicación del nuevo modelo de difusión política derivado de la reforma electoral en México se puso por primera vez a prueba este prototipo de transmisión electoral, generándose diversas consecuencias globales para la sociedad mexicana que deben ser examinadas para valorar sus avances y estancamientos democráticos. Así, por una parte, se produjeron efectos positivos y negativos para los procesos de gobernabilidad nacional; por otra, lo mismo ocurrió en relación con los mecanismos de sucesión de las representaciones colectivas y, finalmente, también para la estabilidad de la sociedad en general en el país.

En este marco, el consenso de la opinión pública reconoció que entre los aspectos positivos que conllevó la ejecución del nuevo modelo de comunicación política para realizar unas elecciones intermedias de 2009 más limpias, equilibradas y justas figuraron, entre otras, las siguientes seis realidades:

1. La *reforma electoral* tuvo éxito en un alto porcentaje porque su estructura esencial fue respetada y observada por la mayoría de los actores políticos que participaron en el proceso. En este sentido, la gran mayoría de los concesionarios de la radiodifusión nacional cumplieron con las reglas de la reforma, excepto Televisa y Televisión Azteca, que desafiaron al Estado mexicano con estrategias golpistas, presiones monopólicas, campañas de intimidación, posiciones empresariales retadoras contra el Estado, etcétera. De esta forma, no obstante los abusos e irregularidades que se dieron por parte de algunas empresas monopólicas, diversos analistas sostienen que, en general, la reforma

no significó un retroceso ya que se logró un cumplimiento bastante civilizado por parte de la mayoría de los medios comerciales y estatales.

2. Considerando que la sociedad mexicana venía de experimentar las consecuencias de una elección presidencial muy tensa y desigual en 2006, donde los *poderes fácticos mediáticos* actuaron de manera facciosa presionando a la clase política para que se aceptaran las demandas de los monopolios informativos, el proceso electoral de 2009 significó un importante avance para el sistema de equilibrios democráticos en la fase de renovación de los poderes públicos, pues permitió que los partidos políticos actuaran con menores presiones externas y que, fundamentalmente, atendieran la competencia existente entre los candidatos.
3. Sin llegar a un nivel de perfección democrática, la reforma electoral introdujo mayor equidad en las contiendas de la que existía entre todos los sujetos que participan en las luchas electorales.
4. Para el Estado nacional representó la reducción relativa del costo de las campañas políticas, pues los partidos ya no compraron directamente su espacio propagandístico a los consorcios de la comunicación masiva, sino que fue un gasto que absorbió el Estado a través de los tiempos oficiales de radio y televisión. Ello no implicó en ningún momento que las elecciones fueran baratas, pues los ciudadanos a través de los tiempos de comunicación del Estado tuvieron que pagar con sus impuestos más de 32 millones de *spots*. Para evitar irregularidades por la compra de estos espacios, los recursos fueron canalizados al Instituto Federal Electoral como autoridad rectora del proceso.
5. Para la sociedad mexicana significó una disminución del 50% del tiempo de las campañas políticas, pues se redujeron de 186 a 90 los días para su difusión en el *espacio público*, particularmente en el mediático, del país.
6. Finalmente, la clase política experimentó una mayor moderación en comparación con la desigual lucha electoral que vivió en procesos anteriores y frente a otras fuentes de coacción externa, pues los partidos políticos fueron, en efecto, menos presionados por los *poderes fácticos*, especialmente por los

mediáticos, para postular y promover a sus propios candidatos. En este sentido, el valor central de la reforma electoral fue que resolvió parcialmente la presión que ejercían los *poderes fácticos* sobre los procesos electorales.

Con los avances positivos que conquistó la nueva reforma electoral la mayoría de la opinión pública nacional, especialmente del ámbito político, aparentemente quedó satisfecha con la aplicación del contenido de la misma y justificó su creación y ejecución histórica. Dentro de esta tendencia, el consenso de los analistas, críticos o no, sobre la evaluación de la reforma se inclinó, casi en su totalidad, por sostener que la operación de la misma fue un gran logro debido a que la mayoría de los actores concurrentes la respetaron en un porcentaje importante; a que el Instituto Federal Electoral actuó como órgano rector central del proceso; a que se detuvo parcialmente la fuerza de actuación manipuladora de los *poderes fácticos mediáticos*; y a que se realizaron elecciones pacíficas y legítimas que no fueron significativamente impugnadas por los partidos políticos o por la ciudadanía (Córdoba Vianello y Salazar Ugarte, 2008; Instituto Federal Electoral, 2010).

LOS LÍMITES DE LA REESTRUCTURA DEL MARCO ELECTORAL

No obstante el veloz reconocimiento de los triunfos que manifestó la clase política y diversos sectores de intelectuales de oposición sobre las virtudes alcanzadas por la reforma electoral, esta acción de consentimiento prematuro impidió reflexionar fría y críticamente sobre el objetivo y la modalidad con los cuales los partidos políticos utilizaron el acceso a los medios masivos de difusión, a través de los tiempos oficiales del Estado mexicano, para practicar su modelo de difusión electoral con el fin de vincularse con la población. En el mejor de los casos, el consenso crítico sobre la reforma reconoció diversos aspectos susceptibles de mejora que se tenían que pulir para contar con un nuevo modelo de comunicación política más avanzado, aunque no cuestionó a fondo la esencia democrática, comunicativa y participativa de la misma.

Por ello, sin un examen más riguroso, es demasiado superficial y peligroso reconocer con tanta premura este “balance tan positivo” y aprobar consensualmente la reforma como un fundamento acertado para la “creación de un nuevo modelo avanzado de comunicación social” aplicable en los futuros procesos electorales del país. Ello debido a que en términos de la edificación de una democracia ciudadana en México, la reforma también generó fenómenos opuestos a una auténtica democracia sustantiva, objetivo principal a lograr pues, entre otros aspectos, la sociedad no consiguió incrementar su capacidad de comunicación política plural con los partidos, con el gobierno y con las comunidades, sino que este cambio electoral se redujo, definitivamente, a sólo un instrumento jurídico que benefició a la estructura de poder de la clase política en el gobierno —la cual, no hay duda, experimenta un proceso de descomposición institucional— y no atendió la necesidad imperiosa de participación pública de las comunidades nacionales tal y como la han demandado durante muchas décadas.

Debido a esta situación es necesario afirmar que, no obstante los aspectos favorables que se conquistaron con la aplicación del modelo de difusión política en las elecciones intermedias de 2009, de igual forma emergieron múltiples aspectos negativos que no fueron de naturaleza secundaria sino de relevancia central, que impactaron significativamente el proceso democrático de la renovación de los poderes en México. Entre otros aspectos figuraron la intervención y la victoria de los *poderes mediáticos* que burlaron la acción de las nuevas normas que incorporó la reforma electoral.

En este sentido, aunque con menor intensidad que antaño, en las elecciones de 2009 el poder de los grandes concesionarios de los medios electrónicos volvió a posicionarse en el *espacio público mediático* como una fuerza central muy poderosa para influir o hasta definir informalmente los procesos electorales nacionales, al contar con una amplia franja de su programación que utilizó como instrumento persuasivo para influir sobre el electorado y darle la ventaja o la desventaja a los candidatos que decidió apoyar o desprestigiar, según la conveniencia de sus intereses. Así, los medios electrónicos, como fuertes *poderes fácticos mediáticos*, nuevamente desempeñaron su función tradicional de coerción simbólica política que han ejercido históricamente sobre el Estado y la sociedad y,

una vez más, se transformaron en grandes maquinarias electorales mediáticas que influyeron con un peso significativo sobre los resultados de los comicios.

De esta forma, el poder mediático intervino, por lo menos, en seis planos político-culturales para influir en el proceso electoral intermedio de 2009 en México. En primer término, después de la aprobación de la reforma electoral las industrias culturales mexicanas, particularmente los monopolios de la comunicación electrónica, en teoría ya no podían controlar y explotar económica y políticamente como jugosos negocios privados las etapas de la contienda política, pues el IFE sería el único organismo autorizado por la ley para determinar la forma en que podían utilizarse los tiempos oficiales en los medios de difusión electrónicos; definir cómo debían ser las dinámicas informativas; y precisar de qué manera tendrían que presentarse los contenidos partidistas de las campañas propagandísticas. Ante tal restricción jurídica, las empresas de comunicación masiva quedaron limitadas para convertir las campañas en modalidades lucrativas y entraron en una significativa crisis financiera, pues redujeron sustantivamente sus ingresos al ya no poder manipular los procesos sucesorios para venderlos políticamente con jugosas ganancias monetarias y de poder empresarial.

Sin embargo, frente a esta nueva realidad, aprovechando los vacíos regulatorios que dejó sin normar la nueva reforma electoral, o que reguló de manera vaga, los grandes concesionarios de la radiodifusión instrumentaron astutas vías propagandísticas alternas y estrategias publicitarias “contrainstitucionales” para rebasar la reciente normatividad electoral, reconquistar sus tradicionales “*business* electrónicos” y retomar las rentables ganancias económicas que anteriormente generaba la actividad del chantaje político en estas fases de la reorganización social.

Algunas de las modalidades con las que los grandes concesionarios de la radiodifusión y otros actores políticos burlaron las nuevas reglas jurídicas que fijó la reforma electoral para producir la comunicación política en el país se dieron, entre otros, en los siguientes cinco niveles de la acción social: 1) propaganda política paralela, 2) desregulación mediática, 3) reubicación de la *guerra sucia*, 4) establecimiento de candados jurídicos, y 5) debilitamiento de los órganos de dirección pública.

El segundo plano consiste en que, aunque no con la fuerza propagandística brutal que había conquistado en el pasado el *poder mediático*, durante las elecciones intermedias esta fuerza volvió a tener recursos ideológicos de intervención sobre el proceso electoral para presionar eficazmente a la clase política y al gobierno en las fases de sucesión de poderes. Así, aunque el IFE distribuyó “equitativamente” los espacios y las formas de participación de los partidos en los tiempos de difusión del Estado en radio y televisión, los grandes consorcios electrónicos contaron con el recurso extra, muy eficiente, de su programación informal alternativa para desequilibrar la relativa proporcionalidad racional que aportó la normatividad de la reforma electoral y se apoyó inadvertidamente al candidato o partido que ofreció conceder en el futuro los beneficios económicos y políticos más atractivos.

En tercer lugar, una vez más, con características informales, los consorcios mediáticos lucharon por convertir los procesos electorales en grandísimos negocios que les aportaran significativas ganancias que no estuvieran acotadas por la normatividad de la moderna reforma electoral. Dicho panorama se acentuó debido a que las grandes televisoras y radiodifusoras mexicanas quedaron presionadas económicamente debido al fracaso financiero que les significó la participación en las Olimpiadas de 2008 en Beijing –donde no obtuvieron los dividendos proyectados en relación con los presupuestos que invirtieron–, y a la severa crisis financiera mundial generada por la quiebra de las *hipotecas subprime* que desencadenó el desquiciamiento de todos los sistemas económicos internacionales y provocó la severa recesión mundial, devaluando fuertemente las acciones de las empresas de comunicación mexicanas e impidiendo, con ello, que muchas otras ramas económicas invirtieran en publicidad televisiva, ocasionando grandes pérdidas para las empresas audiovisuales.

Recordemos que el gasto que se realizó tan sólo en las campañas electorales de 2009 por parte de los partidos políticos ascendió a más de 1,030 millones de pesos, lo que representa el 25% del total de recursos que se ejercieron durante el año (*La Jornada*, 2008), suma que constituye una porción muy apetitosa que fue canalizada a la radio y la televisión para hacer “negocios laterales” con los candidatos o partidos políticos y, de este modo, sufragar sus déficits financieros.

En cuarto lugar, debido a la descomposición de la política que se dio a lo largo de varias décadas en grandes sectores civiles, el sector conservador, las principales empresas oligopólicas y los monopolios de la información masiva retomaron el creciente descontento ciudadano, acumulado durante muchos años contra la clase política, y amplificaron el *malestar mediático* para castigar y presionar a la *partidocracia* contra la intromisión del “dinero sucio” que les impuso la reforma electoral, impidiéndoles hacer más negocios con las elecciones. Para ello, sesgadamente se apropiaron de las banderas transformadoras de la sociedad civil y propiciaron una gran campaña manipuladora en favor del “voto en blanco” o “voto neutro”, para hacer fracasar a la reforma y contar con suficientes argumentos obvios para poder exigir, después del proceso de las elecciones intermedias de 2009, otra reforma que fuera funcional a los grandes intereses *mediáticos* privilegiados.

Dicha campaña fue tan exitosa que logró provocar que el “voto nulo” sumara un total de 1,839,971 sufragios, equivalentes al 5.39% de la votación nacional; a partir de ello, los monopolios de la difusión argumentaron que la sociedad demandaba para los procesos electorales la concurrencia de candidatos independientes que no provinieran de las filas de los partidos sino de la sociedad civil organizada (Instituto Federal Electoral, 2009 y 2010).

Frente a la iniciativa de promoción política del *poder mediático* es necesario cuestionarnos con objetividad: ¿cómo creer que los monopolios de la difusión, especialmente el duopolio de la televisión, se preocuparon responsablemente, ahora sí, en las elecciones intermedias de 2009, por el avance de la democracia en el país cuando durante décadas practicaron la antidemocracia comunicativa e impidieron que se abrieran sus espacios audiovisuales hacia otros procesos para la expresión ciudadana autónoma?

Un quinto aspecto consiste en que, frente a los diversos vacíos de dirección política, abusos propagandísticos y contradicciones de aplicación de la reforma electoral que se generaron a lo largo de la contienda de 2009, los partidos, las reformas electorales y la clase política quedaron severamente cuestionados por la opinión pública creada por la *agenda setting* de los medios de difusión colectivos, algo también debido a la conciencia acumulada de la sociedad en

este ámbito. En estas circunstancias, la ineficacia y falta de legitimidad institucional de los tradicionales poderes republicanos generaron nuevos vacíos públicos de dirección social que fueron ocupados por los medios privados de difusión colectiva, especialmente los electrónicos, que coyunturalmente se posicionaron como el *Estado paralelo*³ que gobernó ideológicamente a la sociedad en esta etapa de cambio de las fuerzas de representación social.

Así, en la fase de descomposición acelerada por la que atravesaba la sociedad mexicana se construyó desde los *poderes fácticos* de la información colectiva la nueva *governabilidad mediática* para volver a reordenar a la comunidad nacional, con base en los intereses dominantes del proyecto de país que requerían los monopolios de la comunicación, y no en las necesidades fundamentales de sobrevivencia ciudadana.

Finalmente, en sexto lugar tenemos que, pese a que la reforma electoral introdujo un nuevo modelo de difusión política para los periodos de renovación de los poderes públicos, la situación de megaconcentración del poder y de gran persuasión social que previamente alcanzaron las industrias mediáticas en México, especialmente de la radiodifusión, debilitó la esencia democrática de dicho proceso, debido sobre todo a que su creciente fuerza mediática se opuso a la reforma creando una atmósfera contrarreformista y contrarreguladora que contribuyó a erosionar en este terreno la rectoría política del Estado nacional.

En síntesis, con todas estas estratagemas político informativas y otras más de tipo administrativo se consiguió violar eficazmente algunos ámbitos fundamentales de la reforma electoral, pues a través de estas herramientas además de burlarse del derecho a la información, o bien se pudo lanzar, mantener o defender, o bien se logró marginar, desprestigiar o anular de forma cotidianamente inadvertida, a un candidato, partido o proyecto político específico sin sufrir consecuencias legales derivadas de ello. De esta manera se logró reorientar la percepción de los electores hacia la dirección partidaria de su conveniencia en cada caso, para conseguir su voto en favor de un candidato específico, así como para apuntalar o desprestigiar a determinadas ideas políticas o para hacer lo propio

³ Por *Estado paralelo* entendemos aquella estructura de poder informal que construyen los *poderes fácticos* de manera recíproca a la estructura tradicional del Estado y le disputa al Estado formal su función de gobernabilidad en muchos ámbitos de la conducción social.

con las instituciones electorales. Esto es, los principales sistemas masivos de difusión electrónica continuaron, una vez más, funcionando como las grandes maquinarias electoras que establecieron el imaginario político colectivo por medio de la transmisión de la información, de los símbolos y de las interpretaciones sobre los campos de la conciencia y las emociones de la población; fue a través de este proceso que incidieron significativamente en los resultados de los comicios políticos intermedios de 2009.

LA SUBORDINACIÓN DE LOS NUEVOS PODERES PÚBLICOS AL PODER MEDIÁTICO

Mediante el conjunto de estas intervenciones mediático-políticas se demostró, una vez más, que en el siglo *xxi* los medios electrónicos de difusión colectiva, y ya no los partidos políticos, se mantuvieron como los principales *aparatos ideológicos* creadores de la hegemonía dominante de cada fase de reproducción de la historia de la nación mexicana moderna. Así, uno de los signos característicos del inicio del tercer milenio en México es la ingobernabilidad creciente de los poderes republicanos así como, en contraparte, la gobernabilidad ascendente de la *mediocracia* con su avanzada hegemónica a través de la *telearquía*.

De esta forma, aunque finalmente hayan sido elegidos con relativa libertad los gobernadores, diputados y municipales de la República para los periodos de gobierno 2009-2012 y 2009-2015, en realidad y en última instancia, todos estos poderes públicos quedaron vulnerados y acotados, pues tuvieron un margen de actuación y soberanía bastante restringido frente a los intereses que impone el *megapoder mediático* sobre la gobernabilidad del país. Así, los nuevos poderes públicos de la siguiente fase de gobierno de la *Tercera República Nacional* que se renovaron con las elecciones intermedias de 2009 nacieron previamente subordinados al viejo *poder mediático* súper amplificado que dio origen a la *Cuarta República Mediática* en el México moderno de comienzos del siglo *xxi*.

En este sentido, a diferencia del relevo de los poderes públicos republicanos que son elegidos por la población cada tres y seis años mediante el sufragio efectivo para que administren la gobernabi-

lidad nacional, los *poderes fácticos mediáticos* de la radio y la televisión nunca son, paradójicamente, elegidos o votados por los ciudadanos y, sin embargo, participan de forma cada vez más sustantiva e intensa en la definición y ejecución del proceso diario de gobernabilidad nacional, e incluso llegan a doblar o superar a los primeros. De esta manera, debido a la centralidad y concentración estratégica que alcanzó el sistema de medios de difusión electrónicos en México en el siglo XXI, sea el partido, la institución, la corriente o el candidato político que gane en los comicios de cada fase electoral, de antemano estructuralmente quedan limitados, sometidos, desafiados, desdibujados, avasallados y hasta sustituidos por el sistema de presión económico-político-ideológico que ejerce el poderío mediático en el país.

Así, no obstante la aplicación de las nuevas reglas de difusión política de la reforma electoral, además del triunfo de la *partidocracia* otro de los grandes ganadores de la contienda política de las elecciones intermedias de 2009 fueron los monopolios electrónicos de la difusión colectiva, y no la sociedad, por las siguientes trece razones, entre otras:

- Retaron abiertamente al Estado al no cumplir o acatar inadecuadamente las leyes electorales, imponiendo parcialmente sus reglas de poder empresarial mediático en esta esfera política.
- Desacreditaron parcialmente a los órganos públicos como el Instituto Federal Electoral, el Congreso de la Unión y a sus instrumentos normativos de intervención electoral por obstaculizar la expansión de sus intereses mercantiles en mayor escala.
- Con la interrupción deliberada de los programas deportivos, especialmente de los partidos de fútbol y otras series espectaculares de televisión, provocaron la irritación social contra la reforma electoral y los partidos políticos. Con ello, los concesionarios de la radiodifusión canalizaron ese gran descontento o frustración mediática contra la clase política para criticarla y debilitarla.
- Retomaron las banderas independientes del descontento de la sociedad civil hacia el régimen político e impulsaron la campaña

del “voto neutro”, “voto nulo” o “voto en blanco” para cuestionar, con un alto grado de eficacia, a la clase política mexicana, pues obtuvieron el 5.39% de la votación total nacional en favor de esa causa electoral.

- Ante la severa crisis y el desprestigio creciente que experimentó la política, especialmente en la fase electoral, el poder mediático se erigió ante la opinión pública como las instituciones “limpias”, “objetivas”, “transparentes” y “democráticas” que representan “asépticamente” a la colectividad y luchan por su democracia e independencia social.
- Los medios electrónicos de comunicación masiva quedaron legitimados “asépticamente” ante la opinión pública como los “defensores” de la libertad de expresión y del derecho a la información.
- Los concesionarios consumaron negocios político-comunicativos paralelos al “vender informalmente” espacios propagandísticos para impulsar a determinados aspirantes partidistas funcionales para sus objetivos monopólicos.
- Demostraron a la clase política y a la ciudadanía que resulta un buen negocio violar la ley electoral al no difundir los *spots* políticos que obliga a transmitir el Código Federal de Procedimientos y Procesos Electorales (Cofipe), y posteriormente comercializaron jugosamente ese espacio electrónico con otros actores. Después de ello, a través de sus representantes en el IFE presionaron políticamente a las autoridades respectivas para que les dispensaran las penas que fijó la ley o para pagar multas reducidas.
- Con su estrategia discrecional de difusión de mensajes políticos “informales” actuaron cotidianamente como grandes maquinarias electorales eficientes que influyeron significativamente sobre la decisión del voto ciudadano y, por consiguiente, sobre los resultados electorales.
- Debido a que el sistema de medios electrónicos reconstruye virtualmente la realidad social cotidiana, los nuevos representantes políticos de la República elegidos para conformar el Congreso de la Unión para el periodo 2009-2012 quedaron estructuralmente obligados a pactar en el futuro con el *poder mediático* para conservar su “buena imagen” pública y su

consenso social a cambio de recibir nuevos privilegios empresariales.

- Los medios electrónicos conquistaron más capacidad como *poder mediático* al lograr colocar en la Cámara de Diputados a la denominada “telebancada” de legisladores incondicionales, “a modo”, especialmente a través del Partido Verde Ecologista de México que, obviamente, en el futuro crearían las iniciativas de leyes *ad hoc* para proteger los intereses de la radiotelevisión monopólica y no de los ciudadanos.
- Negociaron con los partidos y candidatos más fuertes nuevas prerrogativas oligopólicas que les fueron otorgadas una vez que terminaron los comicios, como fue la renovación automática de las concesiones de radiodifusión pendientes; el otorgamiento de los *canales espejo* para continuar el proceso de la transición de la televisión analógica a la digital; la dispensa de pago al Estado de contraprestaciones para ofrecer a los auditorios nuevos servicios agregados de telecomunicaciones; impedir que el IFE les aplicara fuertes multas por haber violado los preceptos centrales de la reforma electoral; la reducción de pago de impuestos al poner en marcha nuevas empresas de comunicación; evitar la aparición de una tercera cadena de televisión nacional que compitiera con el duopolio audiovisual ya consolidado; obtener nuevas concesiones de fibra óptica para expandir sus consorcios de radiotelevisión y de telecomunicaciones, etcétera.
- Finalmente, los medios colectivos de difusión electrónica con carácter monopólico permanecieron gobernando cotidianamente al país por medio de la administración privatizada del nuevo *espacio público mediático* sin haber sido elegidos por la ciudadanía para este fin hegemónico y sin aparecer ante la conciencia colectiva como fuerzas de poder nacional, sino como meras instituciones de “esparcimiento”, “información”, “distracción” y “cultura”.

El conjunto de estas situaciones no delimitadas por los marcos jurídicos electorales pudo colocar como ilegítimos los resultados de los procesos de sucesión gubernamental intermedios en México, creando un vacío político sumamente grave entre el antiguo sistema

político que concluía su mandato, y el nuevo grupo político que intentó ocupar los cargos de representación popular de manera “genuina” y “pacífica” en la sociedad. Esta crítica realidad creó una coyuntura política muy delicada, pues pudo generar una grave inestabilidad y caos social que podría haber desembocado en la violencia colectiva y otras manifestaciones de anarquía ciudadana, como sucedió con los resultados de las elecciones presidenciales de julio de 2006 en el país.

En este sentido, el proceso de construcción de la democracia en México se ubicó ante un severo peligro al no cubrirse estos vacíos jurídicos que dejó la reforma electoral, ya que se comprobó, por una parte, que la voracidad mediática no tiene límites, pues está dispuesta a provocar el colapso social si éste se convierte en un negocio rentable para las empresas monopólicas de la radiodifusión nacional; por otra, que el Estado mexicano llegó a una etapa fallida debido a su significativa debilidad en su capacidad rectora, puesto que ya no puede doblegar a los *poderes fácticos* de la comunicación electrónica bajo los principios medulares de la Constitución Política. Ahora bien, son estos *poderes fácticos mediáticos* los que presionan y hasta subordinan al Estado y a los órganos ciudadanos electorales en los periodos de cambio de poderes públicos para tener más ventajas con objeto de imponer socialmente a los candidatos electorales que les son funcionales para sus intereses de expansión empresarial.

Ante esta cruda realidad política del nuevo triunfo del *poder mediático* es necesario preguntarnos: ¿para qué realizan el Estado y la sociedad mexicana el enorme gasto que representa la organización cíclica del voto ciudadano y el financiamiento de las múltiples campañas electorales en el territorio nacional y en el extranjero si, en última instancia, el poder real habitual crecientemente define y ejerce, en un alto porcentaje, el poderío ideológico político de los medios electrónicos de difusión colectivos que no son escogidos democráticamente por la ciudadanía, sino que se le imponen a la sociedad por su propia *fuerza fáctica*, específicamente la *telecracia*?; ¿por qué cuando la población selecciona a sus representantes políticos para los diversos poderes públicos no vota igualmente por la renovación y la dirección del proyecto comunicativo de las industrias mediáticas, que también son poderes públicos que parti-

cipan medularmente en el gobierno cotidiano de la nación? Si todas las instituciones del Estado que participan en el proceso de gobernabilidad nacional están sujetas a las reglas de la transparencia gubernamental, ¿por qué los medios electrónicos de difusión colectiva, que también participan estratégicamente en la dinámica de la gobernabilidad cotidiana de la sociedad, no están sometidos a las normas de la transparencia pública?

Es por ello que el verdadero cambio democrático de la transición social a la democracia, además de implicar la apertura profunda de las viejas estructuras políticas a la participación civil ahora requiere, urgentemente, del ajuste sustantivo de la acción de los *poderes fácticos* de los monopolios informativos hacia un *Estado de derecho virtuoso* que sitúe a las industrias culturales mexicanas bajo la dinámica constitucional de la igualdad, la transparencia y la democracia. De lo contrario, los partidos políticos continuarán impulsando por décadas la promoción cíclica de una fantasía democrática electoral de carácter formal que estará subordinada a la verdadera estructura del poder cotidiano, real, que gobierna a la nación, a saber, la *telecracia mediática*.

¿QUÉ HACER?

Ante el creciente incremento desbocado del fenómeno del modelo de la *telepolítica* en la etapa del desarrollo moderno de México y la consecuente desnaturalización o degeneración que ha provocado sobre la naturaleza rigurosa de la política como atención de los asuntos centrales de la *polis* es necesario realizar, ente otras, las siguientes catorce acciones para evitar que continúe avanzando el proceso de inestabilidad del sistema electoral y de la gobernabilidad nacional:

1. Es necesario realizar una nueva reforma electoral que remedie jurídicamente, con nuevas propuestas normativas complementarias y más precisas, los vacíos legales que han dejado las leyes electorales en el ámbito de la difusión política, y con ello evitar que surja la ilegalidad electoral y la anarquía social.
2. Ya que la fuerza de los *poderes fácticos mediáticos* fue contenida parcialmente con la aprobación de la reforma electoral, y

derivado de ello se formó una hermética estructura partidocrática en el país, ahora es necesario que la sociedad civil presione a los partidos políticos para que el prototipo de difusión cimentado en la reforma se convierta en un modelo de comunicación ciudadano que permita que la sociedad se exprese en los periodos electorales y en otras etapas del desarrollo nacional para exponer públicamente sus necesidades prioritarias de sobrevivencia y discutir las con la clase política, y no sólo se transforme en un instrumento de propaganda unilateral de las fracciones políticas ya instaladas en las estructuras de la gobernabilidad para garantizar su reproducción privilegiada a mediano y largo plazos.

Bajo esta perspectiva es necesario que en las próximas elecciones se otorgue sólo el 60% de los tiempos del Estado en radio y televisión a los partidos y el 40% restante se destine a la sociedad organizada para que ésta se comunique con los candidatos de los partidos políticos en contienda y discuta con ellos sus propuestas de gobierno para las próximas legislaturas.

3. Para crear un nuevo orden ético-moral entre los sujetos que participan en los procesos electorales, la nueva reforma electoral deberá reglamentar que los partidos que no instrumenten con anterioridad al inicio de los procesos electorales rigurosos mecanismos de transparencia y rendición de cuentas en todos sus niveles de funcionamiento interno no tengan acceso al uso de los tiempos de Estado para difundir su propaganda. Si de lo que se trata en México es de avanzar, por medio del sistema electoral, en la superación del viejo orden político decadente que heredamos del siglo xx y de la primera década del siglo xxi, y ya que los tiempos de Estado son instrumentos financiados en su totalidad por los impuestos que pagamos los ciudadanos, de los cuales el Estado sólo es un administrador, entonces durante los procesos de renovación de los poderes públicos la comunidad nacional no debería apoyar la difusión de las propuestas de aquellas organizaciones contendientes que no sean cien por ciento transparentes, pues se estaría votando por peligrosos sectores partidistas opacos, oportunistas y amorales que no cumplen con la mínima ética

que demanda su investidura como representantes populares y, con ello, más que impulsar una democracia de calidad la estarían volviendo a pervertir y a corromper.

4. Antes de recurrir, una vez más, al recurso de la “telepolítica espectacular fragmentada” y al *spot* como su herramienta fundamental de convencimiento y movilización social en las fases electorales, resulta necesario rescatar la verdadera esencia de la política, que es la participación de las comunidades en los asuntos de la *polis*, es decir, se requiere recurrir al análisis, la polémica, la confrontación y la transformación de la realidad social a través de la difusión partidista (García Rubio, 2009: 9-11).
5. Es indispensable fortalecer los mecanismos de fiscalización estatales sobre todos los recursos materiales, organizativos y financieros que los actores políticos en contienda utilizan en los medios de difusión y otras infraestructuras propagandísticas informales en los momentos electorales, para determinar si existen deformaciones o violaciones a los marcos normativos que regulan la ejecución de las campañas partidistas.
6. Es necesario legislar con mayor rigor para evitar que la información gubernamental del partido en turno sea usada como instrumento de apoyo electoral al difundir coyunturalmente los datos o hechos de gobierno como información de interés público que beneficia desproporcionadamente al grupo político en el poder.
7. Frente al clima de saturación o intoxicación de la atención de la población en los períodos electorales por el exceso de información política difundida por los medios de comunicación colectiva, ahora más que nunca es necesario que la propaganda política de los partidos y del gobierno se elabore con el mayor nivel de profesionalismo y competitividad comunicativa para evitar que las audiencias rechacen la abrumadora cantidad de mensajes políticos que reciben en las coyunturas de renovación de poderes. De no trabajar los partidos políticos en un sentido altamente profesional, el acceso a los medios por parte de éstos será prácticamente inútil, pues no se acercarán a la población con sus mensajes y terminarán cavando su propia tumba en las etapas de lucha por el cambio de poderes, ya que

la población aborrecerá crecientemente a la *telepolítica* vacía, gris, burocrática, lejana, aburrida, inoportuna, demagoga y saturante, que es la práctica ideológica con la que ha funcionado la clase política en el pasado para pretender conectarse con los diversos grupos sociales e intentar conseguir su voto.

8. Es indispensable que la sociedad presione al gobierno para que dote al Instituto Federal Electoral de todos los recursos económicos, jurídicos y materiales necesarios para que pueda realizar lo más objetiva y exhaustivamente posible el monitoreo cuantitativo y cualitativo de los mensajes propagandísticos que transmiten los partidos políticos y otros sectores por los medios de comunicación, especialmente los electrónicos, durante los periodos electorales. Este apoyo es vital, pues con dicha infraestructura el IFE supervisará el riguroso cumplimiento de la ley por todos los actores sociales que participan en tales procesos.
9. Es necesario crear un pacto ético público de autorregulación entre los medios electrónicos, el Estado, los partidos políticos y los candidatos a puestos de representación popular, con el fin de conservar la convivencia social pacífica, el equilibrio nacional civilizado y que se respete el Estado de derecho vigente sobre los procesos electorales. Dicho acuerdo debe aplicar rigurosamente las sanciones correspondientes cuando existan violaciones a la ley electoral y no perdonar dichas transgresiones por presiones de los *poderes mediáticos*, como sucedió antes y después de las elecciones intermedias de 2009 en México.
10. Con apoyo de las escuelas de comunicación y de la sociedad civil, se requiere establecer observatorios ciudadanos que colaboren para realizar monitoreos paralelos, especialmente de carácter cualitativo, que complementen los análisis de legitimidad que debe supervisar el IFE al comparar el comportamiento de todos los actores políticos que intervienen con los entramados jurídicos que norman la comunicación política en las fases electorales en México.
11. Doscientos años después de la construcción histórica del Estado mexicano es ahora necesario entrar en una profunda discusión sobre la naturaleza del Estado contemporáneo y la refun-

dación de la Tercera República Nacional que se construyó con los movimientos de la Independencia de 1810 y la Revolución Mexicana de 1910, para que en la etapa de renacimiento social en la que nos encontramos en el año 2010 en México discutamos el surgimiento del nuevo *Estado mestizo* que ha emergido en el país y desbanca al tradicional *Estado republicano tripartita* heredado del pasado y que, contrariamente a la doctrina jurídica tradicional, demuestra que el Estado actual ya no está conformado sólo por el esquema de los tres poderes republicanos convencionales (Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial) sino que a principios del siglo XXI está compuesto, por lo menos, por cuatro poderes reales: el Ejecutivo, el Legislativo, el Judicial y el *Poder Mediático*. La realización de esta nueva precisión conceptual tiene una relevancia capital para la construcción de la democracia concreta en México, pues siguiendo la vieja teoría del *Estado tripartita republicano*, el gobierno y la sociedad únicamente han instrumentado mecanismos de renovación recurrente de los tres poderes públicos constitucionales y nunca han discutido la renovación de los *poderes fácticos* que ejercen igual o mayor poder efectivo sobre las comunidades, impactando sustantivamente en el proceso de la gobernabilidad nacional.

12. Derivado del actual sistema político, sea cual sea el candidato o el partido o la institución que gane los comicios, una vez aplicados todos los mecanismos de perfeccionamiento que formule la reforma electoral *progresista* en la vida cotidiana, tal o cual sujeto o institución triunfante igualmente quedará subordinado al sistema de intereses y caprichos que imponen los *poderes facticos mediáticos*, en consecuencia, los márgenes de soberanía tendrán límites reales que no resuelve dicha normatividad. Por ello, la reforma debe incluir, urgentemente, un capítulo especial dedicado a la regulación de los *poderes comunicativos fácticos* bajo el espíritu del mandato que señala la Constitución, especialmente de aquellos que han llegado a una *etapa fáctica salvaje*; de lo contrario, estaríamos aceptando la institucionalización formal de una democracia parcializada y, por lo tanto, artificial o fantasiosa, que reforzaría el fenómeno del *Estado fallido* en México.

13. Ante las tentaciones controladoras de los partidos para operar dentro de la práctica política de la “democracia a la mexicana”, que los lleva a creer que deben controlar todos los espacios de expresión de la sociedad para ejercer su poder rector, hay que defender a toda costa el Internet como nuevo medio de vinculación comunicativo de la sociedad consigo misma, para que continúe siendo libre y libertario y no se le regule en los procesos electorales salvo cuando se trate de casos flagrantes a través de páginas de partidos o empresas específicas que denigren o calumnien a algún candidato o institución. Ello debido a que Internet es el único espacio de comunicación colectiva eficaz con el que actualmente cuenta la sociedad para crear sus propias dinámicas de organización y reproducción cotidianas.
14. No obstante el aprovechamiento de todos los mecanismos de gobernabilidad anteriores, a causa del profundo deterioro que experimentan los sistemas de representación democrática existentes en el país a principios del siglo XXI, como los poderes públicos, las instituciones gubernamentales, los partidos políticos, la misma cultura política, etcétera, hoy también resulta necesario replantear el concepto y la concretización de la democracia moderna creando nuevas formas de participación institucional de la sociedad civil organizada en el *espacio público mediático*, en la toma de decisiones colectivas y en la nueva dirección de la nación, ya que las vías de representatividad tradicionales que se han edificado en México están viciadas, desgastadas, podridas y desnaturalizadas por operar durante décadas el viejo concepto de *democracia corrompida*. Hoy día es necesario asumir una filosofía y una práctica de la *democracia virtuosa*, que en verdad iguale y dé oportunidad a todos los ciudadanos y no sólo a los grupos privilegiados que se envuelven en esta bandera de progreso político para sacar provechos coyunturales.

Con la realización de estas acciones y otras más que colaboren a perfeccionar los procesos electorales, la sociedad civil contribuirá de forma relevante a tener elecciones más limpias que ofrezcan armonía y paz social, evitando que la crisis sistémica de la sociedad

se agudice más en las próximas décadas, y con ello causando el colapso democrático de las comunidades mexicanas.

BIBLIOGRAFÍA

- Astudillo, César y Lorenzo Córdova Vianello
 2010 “Los árbitros de las elecciones estatales. Una radiografía de su arquitectura institucional”, Instituto de Investigaciones Jurídicas (IJI), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)-Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Jalisco (IEPC-Jalisco), serie “Doctrina Jurídica”, núm. 557, México, D. F.
- Casar, María Amparo
 2009 “Anatomía de una reforma electoral”, *Nexos*, núm. 380, agosto, *Ciudades tomadas*, México, D. F., pp. 47-51.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
 2010 *Info-Jus*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D. F., folio 8171, en <http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/9/3.htm?s=>, consultada el 6 de julio.
- Córdova Vianello, Lorenzo y Pedro Salazar Ugarte
 2008 *Estudios sobre la reforma electoral de 2007. Hacia un nuevo modelo*, Tribunal Federal del Poder Judicial de la Federación, México, D. F.
- García Rubio, Claudia I.
 2009 “Reforma electoral y televisión. Los formatos de los mensajes políticos después de la reforma electoral”, *El Cotidiano. Revista de la realidad mexicana actual*, año xxiv, núm. 155, “Medios masivos de comunicación y reforma electoral”, mayo-junio, Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Azcapotzalco, México, D. F., pp. 5-12.
- Instituto Federal Electoral
 2010 *Informe general sobre la implementación de la reforma electoral durante el proceso 2008-2009*, Instituto Federal Electoral, México, D. F.

- 2009 *Resultados electorales 2009 de diputados a nivel nacional*, Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP), Departamento de Informática, Instituto Federal Electoral, México, D. F., en www.ife.org.com.mx, consultado el 6 de julio.
- Luján Ponce, Noemí
- 2009 “El papel de lo electoral en el proceso de cambio político en México, 1988-2006”, en Gerardo Ávalos Tenorio (coord.), *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, col. “Teoría y análisis”, México, D. F.
- Narváez H, José Ramón
- 2010 “Derechos indígenas y candidaturas plurinominales. Acción afirmativa indígena en la selección de candidatos por el principio de RP”, Centro de Capacitación Judicial Electoral y Coordinación de Comunicación Social, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, serie “Comentarios a las Sentencias del Tribunal Electoral”, núm. 29, México, D. F.
- Porras, Agustín
- 2009 “Elecciones y transición: Elementos cuantitativos”, en Gerardo Ávalos Tenorio (coord.), *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, col. “Teoría y análisis”, México, D. F.

HEMEROGRAFÍA

Crónica

- 2007 “Aprueba la Cámara de Diputados reforma electoral: 408 votos a favor”, 15 de septiembre, México, D. F.

El Financiero

- 2007a “El Senado no se dobló, pasa reforma electoral”, 13 de septiembre, México, D. F.
- 2007b “Querétaro aprueba la minuta”, 4 de octubre, México, D. F.

El Universal

- 2009 “Partidos recurren a medios electrónicos. Sólo en la televisión se prevé un millón de *spots*”, 2 de mayo, México, D. F.
- 2007a “Aprueban reforma electoral”, 13 de septiembre, México, D. F.
- 2007b “Diputados prevén una aprobación *fast track*”, 13 de septiembre, México, D. F.
- 2007c “El Senado aprueba la reforma electoral”, 13 de septiembre, México, D. F.
- 2007d “No pasará la reforma electoral”, 17 de septiembre, México, D. F.
- 2007e “Oaxaca aprueba reforma política”, 20 de septiembre, México, D. F.
- 2007f “Sin cambios avanza en San Lázaro la reforma electoral”, 14 de septiembre, México, D. F.

Excélsior

- 2009 “Dan el banderazo de salida”, sección “Nacional”, 3 de mayo, México, D. F., en www.exonline.com.mx, consultado el 5 de junio.

La Jornada

- 2008 “Prevé el IFE gasto de 1,030 millones en precampañas”, 26 de noviembre, México, D. F.
- 2007a “Externan en San Lázaro apoyo a reforma electoral”, 13 de septiembre, México, D. F.
- 2007b “Avalan diputados la reforma electoral”, 15 de septiembre, México, D. F.

Milenio Diario

- 2009a “Arrancan campañas pese a alerta sanitaria”, 3 de mayo, México, D. F.
- 2009b “Arrancan hoy las campañas a pesar de la resistencia del PAN”, 3 de mayo, México, D. F.

Reforma

- 2007a “Aprueban por unanimidad la reforma”, 12 de septiembre, México, D. F.
- 2007b “Llevan a estados disputa por *spots*”, 15 de septiembre, México, D. F.

- 2007c “Advierte Moreira su rebelión electoral”, 17 de septiembre, México, D. F.
- 2007d “Aprueba Edomex reforma electoral”, 21 de septiembre, México, D. F.
- 2007e “Estados en rebelión”, Carlos Elizondo Mayer-Serra, 21 de septiembre, México, D. F.
- 2007f “Concretan estados reforma electoral”, 28 de septiembre, México, D. F.
- 2007g “Aprueban la minuta en Colima”, 29 de septiembre, México, D. F.
- 2007h “Va reforma pese a tv”, 13 de septiembre, México, D. F.

Sociológica 72, año 25, se terminó de imprimir en febrero de 2011, en *Atril, Excelencia Editorial*, Av. Real de los Reyes, núm. 207-11, Col. Los Reyes Coyoacán, Del. Coyoacán, México, D.F., CP 04330. Tel. y fax: 5421-3925, en donde también se realizaron el cuidado editorial y la composición tipográfica. Correo electrónico: atreditorial@prodigy.net.mx. El tiraje constó de 1,000 ejemplares más sobrantes para reposición.