



# DIARIO NOTICIAS WEB

LA CRÓNICA DIARIA DE MÉXICO Y EL MUNDO



**Javier Esteinou Madrid\***

### LA CONSTRUCCIÓN DEMOCRÁTICA

La edificación de un proyecto de desarrollo estable con paz social e inclusión colectiva en México a lo largo del siglo veintiuno, no solo requiere el funcionamiento de un sistema económico sólido, estructura laboral eficiente, actuación de un tejido político plural, organización educativa competitiva, etc.; sino también demanda la construcción virtuosa de la democracia en su dimensión más amplia, pues sin esta dinámica, la organización de la sociedad se inclina hacia el establecimiento de procesos de gobernabilidad autoritarios, caprichosos y unilaterales, que no permiten el avance civilizatorio de la nación, ocasionando retrocesos históricos.

Para alcanzar la edificación de la democracia se cuenta con la acción de diversas instituciones que constituyen la República, pero especialmente se requiere la instauración periódica de procesos electorales que permitan recoger el sentir y la voluntad de los ciudadanos sobre la ruta que debe seguir el destino de la nación para solucionar sus condiciones de vida fundamentales.

En este sentido, para dirigir ordenadamente las inquietudes y preferencias de los ciudadanos ante las disyuntivas del proyecto de crecimiento nacional, las dinámicas electorales ocupan un lugar estratégico, ya que permiten canalizar periódicamente de manera institucionalizada la voluntad de las mayorías para transformar a los poderes públicos que gobiernan a la sociedad.

*Es fundamental reconocer que el derecho al voto de los ciudadanos y su respeto es uno de los pilares medulares que sustentan al sistema democrático en México, por lo cual es fundamental que los comicios se ejerzan de la forma más rigurosa, representativa y respetuosa posible en el país.*

Para avanzar sobre el horizonte civilizado del impulso a 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 solo un prototipo de *democracia representativa* de cantidad, que permita crear un pacto de convivencia social maduro que posibilite la sobrevivencia con armonía, justicia e igualdad para todos los habitantes de la nación.

## **LA INFRAESTRUCTURA ELECTORAL**

Con el fin de instrumentar de manera competente la realización de las dinámicas electorales para la renovación democrática de los diversos poderes públicos en el ámbito del Poder Ejecutivo, del Poder Legislativo y del poder municipal (presidente, gobernadores, diputados, senadores, alcaldes, regidores, concejales, síndicos, etc.), a nivel nacional y regional; el Estado mexicano está obligado a desplegar, en cada período de comicios, una inmensa y compleja estructura operativa en todo el territorio nacional y en algunas áreas del extranjero con objeto que se refleje lo más extensa y nítidamente la decisión de la sociedad sobre el relevo de los cargos de representación política en la República y el proyecto de gobernabilidad. Para ello, instrumenta un riguroso padrón electoral, selecciona los funcionarios de casillas, instala los locales ordinarios y extraordinario para depositar el voto, forma a capacitadores electorales, imprime las boletas para sufragar, instrumenta la votación de los ciudadanos en el extranjero, concede financiamientos especiales a los partidos para realizar sus campañas, promueve el voto por todos los medios posibles, organiza debates nacionales y locales entre los diversos candidatos, admiten observadores extranjeros, aplica el *Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP)* para anunciar los avances del conteo rápido y las tendencias del voto, etc.

Sin embargo, además de ejecutar todas las labores anteriores, el Estado también debe regular el funcionamiento de la propaganda política a través de los canales de difusión masivos para evitar desproporciones y conservar el equilibrio democrático. Esto debido a que los medios de comunicación colectivos son los vehículos más eficaces para difundir los mensajes políticos, los cuales logran un impacto mercadológico similar al de la publicidad comercial, pues si bien no estimulan el consumo de bienes y servicios, si tienen la capacidad de persuadir a las audiencias para que ejerzan una decisión electoral a favor de un partido o candidato, un programa o unas ideas. Es decir, la propaganda electoral es una forma de comunicación persuasiva orientada a obtener el voto del electorado y desalentar la preferencia hacia otro candidato, coalición o partido político, por lo cual su funcionamiento debe de ser rigurosamente normado (Jurisprudencia 37/2010).

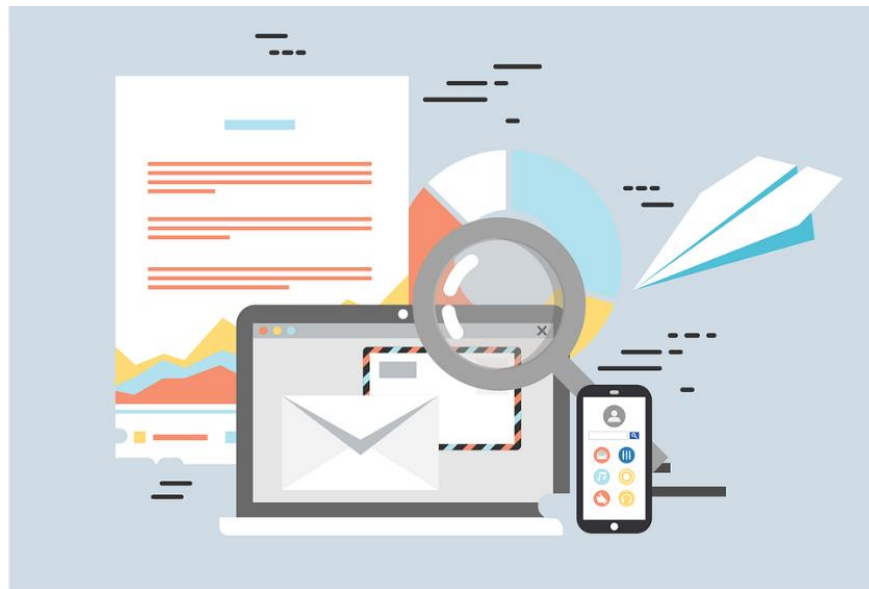
En este sentido, además de la realización de las acciones básicas anteriores, el Estado debe instrumentar un vasto modelo de comunicación político electoral a través de los *tiempos oficiales* de comunicación para que los partidos y los candidatos puedan realizar su propaganda a través de los medios de difusión colectivos. La operación eficiente de dicho sistema de información político electoral, es medular afianzarla, pues la consolidación de la democracia moderna depende en un

alto grado del funcionamiento competitivo de tal sistema masivo de transmisión de comunicación política para que los ciudadanos puedan informarse de manera plural y oportuna sobre el espectro amplio de informaciones que difunden los partidos y candidatos electorales y decidir un voto sustentado en datos, argumentos y razonamientos.

*De lo contrario, la sociedad recibirá un panorama raquítrico y viciado de información política que generará visiones incompletas o miopes sobre ofertas políticas, afectando la orientación del voto ciudadano, y con ello, el destino del país.*

## LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

Complementariamente a los elementos que conforman la materialidad de la dinámica de los comicios para consolidar la misión electoral, es fundamental que la sociedad mexicana también cuente con un eficiente sistema de comunicación político electoral que permita que los ciudadanos queden sistemáticamente informados sobre las propuestas que ofrecen los candidatos a ocupar los diversos cargos de representación pública. Igual que como cualquier sistema de difusión social, el modelo de comunicación política está conformado por cuatro elementos fundamentales de acción comunicativa que comprenden al emisor (instituciones, y sujetos), al mensaje (discursos o narrativas), al receptor (audiencias) y la dinámica de retroalimentación entre emisores y habitantes (respuestas de los públicos).



Por ello, para analizar correctamente el proceso de comunicación político electoral nacional debemos descomponerlo en sus cuatro fases de operación esenciales que lo estructuran y lo determinan para alcanzar una comprensión integral del mismo: el emisor (partidos y candidatos); los mensajes (la propaganda); los receptores (los votantes); y la retroalimentación o respuesta (réplica ciudadana).

La operación de dichos cuatro espacios se debe adaptar al proceso de comunicación política para tener éxito.

## **LA NORMATIVIDAD**

Con el fin de realizar comicios equilibrados, diáfanos y pulcros que sean respetados por la población, el sistema de partidos políticos y la estructura gubernamental establecida, además de organizar la infraestructura material básica para la operación concreta de las elecciones; el Estado debe regular el equilibrio de participación comunicativa de todos los diversos actores (instituciones, partidos, candidatos y medios de comunicación) que intervienen en el campo de la comunicación política. Esto debido a que a través de esta dinámica informativa se crea la percepción positiva o negativa sobre los contendientes, que posteriormente se traduce en la acción del voto específico por la preferencia o rechazo de una opción partidista u otra.

Siguiendo este objetivo el Estado mexicano a lo largo de muchos años elaboró un amplio marco jurídico comunicativo para regular la acción de los diversos actores en el campo de la comunicación político electoral. Así, instituciones como el Congreso de la Unión, el *Instituto Nacional Electoral (INE)*, el *Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF)*, las fiscalías comiciales, los gobiernos locales, etc., crearon un complejo sistema legal para reglar la equidad de la comunicación político electoral en el país que debe ser respetado por todos los sujetos y entidades participantes.

Tal entramado jurídico regulatorio, abarcó la intervención de diversos pactos constitucionales, decretos presidenciales, códigos federales, leyes sectoriales, reglamentos delimitadores, principios fiscalizadores, criterios rectores, lineamientos normativos, acuerdos de interpretación de leyes, etc. que en conjunto conformaron un extenso entramado que normó el comportamiento comunicativo de todos los actores dentro de los diversos niveles de operación de la comunicación político electoral.

En este sentido, a partir de los principios que formuló la *Constitución Política Mexicana*, la *Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales (LIPE)*, el *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE)*, la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, la *Ley General de Comunicación Social (LGCS)*, el *Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión*, la *Ley General de Partidos Políticos (LGPP)*, el *Reglamento de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral*, el *Código Penal Federal*, los *Lineamientos para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en Materia de Propaganda y Mensajes Electorales*, y la *Ley Federal de Consulta Popular (LFCP)*, los *Lineamientos generales para el registro y autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el Ejercicio Fiscal 2020*, etc., se establecieron las diversas bases jurídicas para regular la comunicación política durante los comicios en México.

Por consiguiente, siguiendo la dinámica básica de la comunicación colectiva, dicho orden jurídico intentó abarcar la regulación de los cuatro momentos básicos que constituyen el proceso de comunicación político electoral: los emisores, los mensajes, los receptores y la retroalimentación ciudadana.

## **LAS FISURAS**

La creación de dicho tejido jurídico por los diversos órganos normativos del Estado mexicano sobre la comunicación político electoral, aparentemente canceló durante cierto tiempo la fuerte presión ejercida por los monopolios mediáticos y otros *poderes fácticos* para impedir que los actores políticos

quedaran subordinados a los intereses de los grandes consorcios de la radiodifusión y al “dinero sucio” para cancelar el respaldo ilegal de las fuerzas mediáticas hacia figuras políticas, a cambio de recibir futuros beneficios económicos, políticos, jurídicos y culturales, una vez que éstos ganaran las elecciones a los diversos cargos de representación nacional.

A través de esta estrategia, se pretendió imposibilitar que los recursos de los grandes monopolios informativos y organismos de presión social, continuaran pervirtiendo la democracia, al conceder que el factor pecuniario definiera qué sujetos y que contenidos podían participar en los comicios y cuáles no en el *espacio público mediático* que construyen los canales privados de difusión colectivos para intentar persuadir a la población con su propaganda y, con esto, ganar o perder las competencias electorales.

De esta forma, una de las bases que cimentó el surgimiento de la *Reforma Electoral* de 2007, fue la necesidad de separar la compra de espacios mediáticos para destinarlos a la propaganda política. Mediante dicho avance regulatorio se intentó que la comunicación político-electoral se mantuviera fuera del circuito mercantil y, la adquisición de la *propaganda indirecta* para beneficiar a los partidos políticos quedó prohibida constitucionalmente. En este sentido, después de la aprobación de la *Reforma Electoral* de 2007 las industrias culturales mexicanas, particularmente los monopolios de la comunicación electrónica teóricamente ya no podían controlar y explotar económica y políticamente como mega negocios privados los periodos de contiendas políticas, pues el *Instituto Federal Electoral* sería el único organismo autorizado por la ley para determinar la forma en que podía realizar la propaganda electoral.

Sin embargo, pese a los relevantes progresos normativos que introdujo la *Reforma Electoral* del 2007 y regulaciones complementarias en el terreno de la comunicación política en México, esta permaneció con diversos vacíos o deficiencias jurídicas muy relevantes que la colocaron en una importante situación de vulnerabilidad regulatoria para colocar firmemente bajo el orden constitucional a los *poderes fácticos mediáticos*, a otras fuerzas del *dinero clandestino* y equilibrar eficientemente los procesos de transición social. La suma de diversas lagunas jurídicas existentes, la intervención de algunas estrategias de presión que aplicaron los monopolios mediáticos y las consecuencias de distintas inconsistencias de la clase política para sostener firmemente la *Reforma Electoral*; propiciaron que éste entramado reglamentario llegara a una circunstancia de fragilidad, crisis y quiebre que ocasionaron que el espíritu con el que originalmente fue diseñado se vulnerara afectando la legalidad de las elecciones nacionales en México.

*Así, en diversos momentos electorales se incorporó ilícitamente en la programación de los medios electrónicos masivos diversos paquetes de propaganda velada o publicidad política encubierta para promocionar ilegalmente a distintos partidos y candidatos políticos en las elecciones federales.*

## **REGULAR LA PROPAGADA ENCUBIERTA**

De aquí, la necesidad fundamental que el Estado mexicano retome su facultad rectora para regular normativamente cada uno de los elementos que constituyen el proceso de comunicación político electoral en México para asegurar en 2023 y 2024 la existencia de elecciones transparentes y limpias

que puedan ser reconocidas por los distintos partidos políticos, candidatos y sectores ciudadanos, produciendo paz social y no anarquía.



Fuente: “Elecciones 2023-2024: regular la propaganda encubierta”, revista Siempre, No. 3614, Año LXVIII, Columna Comunicación, Fundación Pagés Llargo, Ciudad de México, México, 18 de septiembre de 2022, páginas 42 a 46, <http://www.siempre.mx/2022/09/elecciones-2023-2024-regular-la-propaganda-encubierta/>

Imágenes: Pixabay

#### About The Author



#### **Dr. Javier Esteinou Madrid**

Profesor Distinguido en la UAM; Miembro del Sistema Nacional de Investigadores; Ex-vicepresidente (Fundador), Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Consejero Ciudadano del Canal de Televisión del Congreso de la Unión. Miembro Honorario del Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Premio Nacional de Periodismo en 2004, en 2010 y en 2014. Miembro de la Academia Mexicana de las Ciencias (AMC). Autor de múltiples libros, ensayos especializados y artículos periodísticos sobre comunicación, cultura, información y política en México, América Latina y otros países.