

Temas selectos de
Derecho Electoral

36

Hacia un modelo ciudadano de comunicación electoral para la construcción de la democracia en México

Javier Esteinou Madrid



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

Temas selectos de **36**
Derecho Electoral

**Hacia un modelo ciudadano
de comunicación electoral
para la construcción de la
democracia en México**

Javier ESTEINOU MADRID

324.0972 Esteinou Madrid, Javier.
E582h

Hacia un modelo ciudadano de comunicación electoral para la construcción de la democracia en México / Javier Esteinou Madrid. -- México : Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2013.

145 pp.-- (Serie Temas selectos de Derecho Electoral; 36)

ISBN 978-607-708-150-0

1. Comunicación política 2. Reforma electoral – México – 2007.
3. Reforma política – México. 4. Democracia – México. I. Título.
II. Serie.

SERIE TEMAS SELECTOS DE DERECHO ELECTORAL

DR. 2013 © Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
Carlota Armero núm. 5000, colonia CTM Culhuacán,
CP 04480, delegación Coyoacán, México, DF,
teléfonos 5728-2300 y 5728-2400.

Coordinación: Centro de Capacitación Judicial Electoral.
Edición: Coordinación de Comunicación Social.

Las opiniones expresadas en el presente número son responsabilidad exclusiva del autor.

ISBN 978-607-708-150-0

Impreso en México

DIRECTORIO

Sala Superior

Magistrado José Alejandro Luna Ramos
Presidente

Magistrada María del Carmen Alanis Figueroa

Magistrado Constancio Carrasco Daza

Magistrado Flavio Galván Rivera

Magistrado Manuel González Oropeza

Magistrado Salvador Olimpo Nava Gomar

Magistrado Pedro Esteban Penagos López

Comité Académico y Editorial

Magistrado José Alejandro Luna Ramos
Presidente

Magistrado Flavio Galván Rivera

Magistrado Manuel González Oropeza

Magistrado Salvador Olimpo Nava Gomar

Dr. Álvaro Arreola Ayala

Dr. Eduardo Ferrer Mac-Gregor Poisot

Dr. Alejandro Martín García

Dr. Hugo Saúl Ramírez García

Dra. Elisa Speckman Guerra

Secretarios Técnicos

Dr. Carlos Báez Silva

Lic. Ricardo Barraza Gómez

Temas selectos de Derecho Electoral

27. Equidad de género y democracia interna de los partidos políticos. Políticas partidistas para la inclusión política de las mujeres en América Latina
Andira Hernández Monzoy
28. Transparencia política, acceso a la información y consolidación democrática. El papel del TEPJF
Issa Luna Pla
29. Indígenas y mujeres en la democracia electoral. Análisis comparado
María Teresa Zegada Claure
30. El laberinto de la representación. Una mirada desde México
Luz María Cruz Parcero
31. Los partidos políticos frente al escrutinio. De la fiscalización a la transparencia
**Jacqueline Peschard Mariscal
Fidel Astorga Ortiz**
32. La representación legislativa de los indígenas en México. De la *representatividad* descriptiva a una *representación* de mejor calidad
Willibald Sonnleitner
33. Informe de labores de funcionarios públicos y la garantía de equidad en las contiendas
Oswaldo Chacón Rojas

Consulta:
[http://www.te.gob.mx/documentacion/
publicaciones/publicaciones.asp](http://www.te.gob.mx/documentacion/publicaciones/publicaciones.asp)

PRESENTACIÓN

La reforma electoral llevada a cabo entre 2006 y 2007 implantó un nuevo modelo de comunicación política, el cual no ha estado exento de cuestionamientos que incluso han alcanzado grandes proporciones, como el caso del amparo promovido por un grupo de intelectuales que fue sobreseído por la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) por mayoría de siete votos en marzo de 2011. El novedoso esquema ya fue sometido a examen en la elección federal intermedia de 2009 y, más aún, en la reciente elección de 2012 en la que se eligió presidente de la República y se renovaron las dos Cámaras del Congreso de la Unión.

El texto que en esta ocasión el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) se honra en presentar dentro de la serie Temas Selectos de Derecho Electoral se enmarca en este debate sobre la comunicación política. Para ello, se cuenta con toda una autoridad en el tema de la comunicación, tanto en el ámbito nacional como internacional, el doctor Javier Esteinou Madrid, investigador titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco.

El presente material es de enorme riqueza académica para distintas disciplinas, no sólo para los estudiosos del derecho y la ciencia política, sino para los comunicólogos, los sociólogos y los antropólogos. Eso sin contar que es un excelente trabajo de divulgación que, con su ágil lectura, permite interesar a públicos no necesariamente académicos, con lo que el TEPJF busca cumplir con

sus objetivos de tender puentes con la ciudadanía y colaborar con la generación de una cultura política democrática.

El ensayo del profesor Esteinou es muy nutrido no sólo en ideas, sino en extensión. Se compone de 13 capítulos más la sección Fuentes consultadas.

Las primeras dos secciones invitan al lector a la reflexión, en la medida en que el autor hace un balance sobre el camino del proceso civilizatorio que nos ha conducido hacia el siglo XXI. Esteinou sostiene:

después de haber concluido el siglo XX y haber iniciado el tercer milenio, México está enmarcado no por una simple crisis coyuntural del sistema de gobernabilidad nacional, sino que está encuadrado por una profunda crisis civilizatoria de enormes dimensiones que surgió por la suma coincidente de diversas crisis sectoriales que a lo largo de varias décadas emergieron en nuestro territorio y que se han agudizado sustantivamente.

El autor no contempla cortapisas al describir la cruda realidad mexicana afectada por la pobreza, la desigualdad, el consumo irracional de los recursos no renovables, la consolidación de monopolios, la fragilidad de la economía especulativa, la amenaza de la delincuencia organizada, el narcotráfico y, sobre todo, el debilitamiento del Estado y de un modelo de comunicación que facilite la interacción de éste con la ciudadanía y que aliente la participación de esta última.

Ante este panorama advierte la imperiosa necesidad de conducir nuestros esfuerzos hacia lo que él denomina “la refundación de otro orden civilizatorio nacional”, que es como titula al segundo capítulo de su obra.

El autor identifica los procesos de comunicación colectiva como la clave de la transformación de raíz y al Estado como el motor y eje de dicho cambio. De hecho, el capítulo tercero lo dedica a resaltar la importancia del papel del Estado como rector de la vida social y equilibrio ante las amenazas sociales y políticas inherentes al mercado.

El académico fortalece estos argumentos con la siguiente sección, en la que denuncia el avance del fenómeno del Estado fallido, que, en sus palabras “significa que la cabeza nacional rectora del desarrollo colectivo cada vez es menos capaz de resolver equilibradamente los grandes problemas del país”. Aquí identifica también como un factor de dicho debilitamiento la penetrante fuerza de poderes fácticos, de entre los que destaca los medios de comunicación. En ese sentido, afirma que en la actualidad nos encontramos en presencia de “un Estado endeble que cuenta con poca voluntad, capacidad y visión para enfrentar a los poderes fácticos, especialmente de naturaleza mediática, que lo vulneran o desdibujan”.

En el capítulo V insiste en la necesidad de generar un cambio que implique la renovación de las personas encargadas del ejercicio del poder, lo que sirve de precedente al siguiente capítulo, en el que habla del papel que deben desempeñar los partidos políticos en la reconstrucción de la democracia nacional, sin dejar de cuestionar el que en la actualidad juegan, a su parecer, alejados de los principios de representación efectiva y todavía muy ligados con prácticas de pragmatismo y clientelismo político.

En el apartado siguiente reconoce los procesos electorales como procedimientos de transformación política que idealmente deberán facilitar la transición hacia distintos niveles de democracia, a saber: la fase de la *democracia representativa*, la *deliberativa* y la *ciudadana*.

En los capítulos VIII y IX hace un breve recuento de cómo se sentaron las bases legales que definieron el nuevo modelo de comunicación política desde los órganos legislativos, con la aprobación

de las modificaciones a la Ley Federal de Radio y Televisión, la Ley Federal de Telecomunicaciones y las reformas legales y constitucionales en materia electoral. Todo esto entre los años 2006 y 2008.

La sección siguiente agrupa algunos de los beneficios que la reforma electoral trajo consigo en los ámbitos democrático, comunicativo y ciudadano. Sin embargo, el autor no deja de reconocer que en los hechos muchos de los resultados fueron distintos a los postulados originales que motivaron la reforma. Incluso, el siguiente capítulo lo dedica a identificar algunos de los vacíos de los que ha adolecido la normatividad actual, sobre todo a la luz de la experiencia de la elección federal de 2009.

El capítulo XII es el más extenso, está dividido en varias secciones y en él el doctor Esteinou identifica numerosas características del modelo partidista de comunicación electoral que limitan el avance democrático. Es de advertir que quizás sea la parte del texto en que el autor se muestra más crítico.

El último capítulo no está precisamente dedicado a apuntalar las conclusiones de lo expuesto por el académico, sino que éste ofrece un catálogo amplio de propuestas para impulsar un nuevo modelo de comunicación electoral, que es la intención que el autor manifiesta desde el título del texto.

A todas luces, el material que el lector descubrirá en las siguientes páginas representa un aporte a la discusión académica y, sobre todo, para la transformación de la realidad política actual a partir de un nuevo modelo de comunicación en el que el ciudadano sea protagonista. Con gran entusiasmo, el TEPJF se suma a ese propósito divulgando los planteamientos del autor.

*Tribunal Electoral
del Poder Judicial de la Federación*

HACIA UN MODELO CIUDADANO DE COMUNICACIÓN ELECTORAL PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA DEMOCRACIA EN MÉXICO

Javier Esteinou Madrid

SUMARIO: I. ¿En qué lugar está México históricamente?; II. Hacia la refundación de otro orden civilizatorio nacional; III. ¿Por qué es necesario contar con un nuevo Estado rector?; IV. El avance del *Estado fallido*; V. La renovación de los hombres y el cambio social; VI. Los partidos políticos y la reconstrucción de la democracia nacional; VII. Los procesos electorales y la transformación política; VIII. La lucha en el Congreso. La aprobación de la reforma electoral de 2007. IX. La mutación del modelo convencional de *comunicación política* con la reforma electoral; X. Las ganancias sociales; XI. Los vacíos de la nueva normatividad; XII. Límites del *modelo partidista de comunicación electoral*; XIII. ¿Qué hacer? Hacia un nuevo modelo ciudadano de comunicación electoral, XIV. Fuentes consultadas.

I. ¿EN QUÉ LUGAR ESTÁ MÉXICO HISTÓRICAMENTE?¹

El proceso de construcción de la democracia moderna en México es una larga realidad histórica que viene 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 formación de las garantías de libertad, justicia, pluralidad e igualdad en la República no es un suceso histórico acabado, sino que es una creación colectiva en permanente construcción, cargada de dinámicas complejas que representan avances, contradicciones y retrocesos democráticos.

Ante dicha situación se debe considerar que si en algunos momentos de la historia de México la solución a los grandes problemas sociales del momento tuvo que oscilar desde un polo a otro, hasta llegar a fases extremas de estallidos 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

¹ En la elaboración de esta reflexión se retomaron diversas formulaciones desarrolladas en trabajos anteriores. En este nuevo ensayo se ampliaron los planteamientos precedentes, se replantearon las formulaciones sobre el tema central, se introdujeron otros aspectos teóricos y se incorporó nueva información histórica sobre la relación existente entre crisis nacional, reconstrucción de la sociedad, modelo ciudadano de comunicación y procesos electorales en México.

se llegó por desesperación en etapas históricas precedentes. De lo contrario, si no se aprovecha racionalmente esta monumental herencia civilizatoria recibida del esfuerzo de generaciones pasadas para encarar las actuales problemáticas de la República con el fin de construir nuevos consensos sociales para la supervivencia colectiva, vía el recurso de la negociación política, el país seguirá caminando por la ruta de la inestabilidad política. Con ello se generará cada vez más 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 de forma creciente la vida de los ciudadanos.²

Por ello, reflexionando sobre la situación contemporánea de la sociedad mexicana al principio de la segunda década del siglo XXI, se tiene que preguntar: ¿en qué punto de la historia nacional se ubica el actual proceso de desarrollo del país, y qué pueden hacer los ciudadanos ante ello?

Dentro del conjunto de diversas interpretaciones polémicas que existen para definir esta realidad, se puede decir que después de haber concluido el siglo XX y haber iniciado el tercer milenio, México está enmarcado no por una simple crisis coyuntural del sistema de gobernabilidad nacional, sino que está encuadrado por una profunda crisis civilizatoria de enormes dimensiones que surgió por la suma coincidente de diversas crisis sectoriales que a lo largo de varias décadas emergieron en el territorio y que se han agudizado sustantivamente. Así, hoy día se encara al mismo tiempo

² Un diagnóstico global 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 la colección *Pensar el futuro de México*. Colección conmemorativa de las revoluciones centenarias (VV. AA. 2010 y 2011) y *Los grandes problemas de México* (VV. AA. 2010).

la coexistencia simultánea de una crisis económica, de seguridad, de la política, de la justicia, ecológica, de las instituciones, de sobrepoblación; crisis del empleo, de agotamiento de los recursos no renovables, del agua, educativa, moral, de valores, de la familia, de las creencias, etcétera, que en conjunto plantean el desgaste creciente de los grandes modelos de desarrollo y de convivencia que ha practicado durante muchos años la sociedad mexicana consigo misma, con los ciudadanos y con la naturaleza.

En este conflictivo escenario de desenvolvimiento civilizatorio parece que, contrario a los diagnósticos y a los discursos oficiales triunfalistas que difunden los gobiernos en turno, el modelo global de sociedad que se construyó desde el proyecto de autonomía y de modernización del país durante los siglos XIX y XX hoy opera cada vez con menor estabilidad, y la mayoría de las estructuras y de los pactos sociales creados con anterioridad ya no se pueden seguir sosteniendo con los viejos paradigmas de desarrollo y con los acuerdos políticos con los que habían funcionado durante muchos años en el país. Así, hoy se vive un proceso histórico de profundo cambio integral en casi todos los órdenes establecidos en la República, donde casi nada permanece seguro y todo tiene que reconstruirse para poder sobrevivir.

De esta forma, el conjunto de aspectos en descomposición o en crisis sistémicas de la sociedad contemporánea sitúan al país no ante un problema de coyuntura o de ocasión, sino que lo ubican crecientemente en un colapso civilizatorio que implica el desvanecimiento de los diversos órdenes de gobernabilidad conformados durante muchas décadas en cada una de las áreas relevantes para el desarrollo nacional. En este sentido, las certezas que establecieron los modelos sociales anteriores se diluyen con mayor rapidez y ahora se requiere la construcción de otras respuestas que se transformen en nuevas seguridades, que a su vez se conviertan en los modernos paradigmas de crecimiento que sean útiles durante algún tiempo

para operar socialmente, hasta que tales modelos entren de nuevo en crisis de funcionalidad y sea imprescindible volver a construir paradigmas alternativos acordes con los nuevos retos que habrá que resolver.

Por ello, fuera de la difusión coyuntural de las lógicas legitimadoras de los organismos gubernamentales que formulan que el país va por el camino adecuado del crecimiento sostenido, pacífico y democrático, la creciente acumulación dramática de los desastrosos indicadores empíricos cotidianos de crecimiento, progresivamente reflejan que se está llegando de manera acelerada al agotamiento sustantivo del modelo nacional de evolución en sus principales ámbitos, que operó durante mucho tiempo en México.

En consecuencia, todas estas expresiones de desgaste de los anteriores paradigmas de desarrollo básicos de nuestra sociedad demuestran, cada vez más, la existencia de una severa crisis civilizatoria de crecimiento nacional que pone en cuestión la vigencia del orden establecido en los principales ámbitos de la gobernabilidad que hoy naufragan y demandan la reconstrucción de otro modelo de sociedad para sobrevivir armónicamente unos con otros en la nación. Tal crisis se acentuó por el severo conflicto que experimentó el sistema capitalista global con la recesión sufrida en Estados Unidos de América y los principales países europeos por la práctica del modelo de la economía especulativa a partir de los años 2008 y 2011, que también reflejó un agotamiento del prototipo de expansión capitalista occidental.³

De esta manera, tal prototipo de desarrollo ahora tiene que transformarse profundamente por la vía pacífica, ya que debido a sus ineficiencias estructurales es difícil que se sostenga más tiempo,

³ Para conocer algunas de las características de dicha crisis capitalista global y la función que desempeñaron los medios de difusión masivos en ésta, véanse Esteinou (2009a; 2009b; 2010a).

pues no ofrece nuevas opciones para el futuro crecimiento equilibrado y justo de la sociedad mexicana.

II. HACIA LA REFUNDACIÓN DE OTRO ORDEN CIVILIZATORIO NACIONAL

Frente a la necesidad de reorientar el proyecto de crecimiento nacional para superar la crisis civilizatoria en la que se encuentra sumergida la sociedad mexicana, es necesario reconstruir los fundamentos de las comunidades contemporáneas, pues el actual orden nacional de crecimiento ya no permite la supervivencia equilibrada y pacífica de la nación. Por ello, ahora se requiere refundar el viejo pacto nacional global existente entre Estado, capital y ciudadanos, el prototipo de desarrollo, el modelo de distribución del ingreso, la organización política, los órdenes jurídicos, los sistemas de representatividad, el régimen de justicia, los procedimientos de la seguridad, los mecanismos de productividad, el sistema cultural, la relación con la naturaleza, etcétera; pero sobre todo se requiere renovar las tradicionales estructuras de comunicación colectivas en todos sus aspectos, para construir el nuevo modelo de país que pueda dar salidas equilibradas y democráticas al conjunto de la nación en el siglo XXI.

En esta nueva dinámica de evolución colectiva es muy importante considerar que la esencia de toda crisis no significa la destrucción de todos los órdenes establecidos hasta llegar a los extremos de la anarquía total, sino que representa que se entra en un proceso de transformación sustantiva en el que el sistema anterior ya no funciona, demandando la creación de nuevas realidades que sustituyan a las anteriores. Es la muerte de la vieja realidad para dar origen a otra más eficiente. Por consiguiente, la crisis es un proceso de transformación de antiguas estructuras inoperantes y de creación

profunda de un nuevo orden donde siempre surgen pérdidas, pero también alternativas que pueden ser aprovechadas por los actores sociales para construir otras formas de avances comunitarios.

Sin embargo, para que dentro de esta dinámica se produzca un nuevo cambio social éste tiene que darse antes en los aspectos mental y emocional de los individuos, pues de lo contrario no puede generarse tal mutación masiva. Todo cambio social primero surge en los campos conceptual y afectivo de los sujetos y después se irradia a otras instancias operativas de la acción colectiva.⁴ En consecuencia, para que se geste la transformación cerebral y sensible de los individuos, antes se requiere contar con fluidas y constantes estructuras de comunicación que generen dichos ambientes psicoemocionales de evolución, pues de lo contrario no se logrará desarrollar ese nuevo cambio humano.

Por lo tanto, la construcción de estas nuevas realidades demandan la intervención de muchos elementos que propicien dicha transformación, pero un factor estratégico en esta dinámica de metamorfosis es la acción de los procesos de comunicación colectiva para que la sociedad pueda vincularse consigo misma, con el Estado, con los partidos políticos y con el gobierno, para organizarse y crear las respuestas que ahora le exigen resolver los nuevos desafíos históricos para su supervivencia humana.

En dicha dinámica de construcción de los fundamentos de una nueva nación es muy importante considerar que, a diferencia de los movimientos libertarios de la Independencia en 1810 y del estallido de la Revolución en 1910, que transformaron por la vía violenta los modelos de las sociedades que existían en tales etapas de la historia, ahora existe una nueva coyuntura política donde todavía es posible refundar las anquilosadas estructuras de la sociedad mexicana

⁴ Para ampliar este aspecto, véase Esteinou (2010b).

contemporánea adoptando mecanismos pacíficos y civilizados de transformación comunitaria profunda. De aquí, la relevancia de crear democráticamente un nuevo proyecto de desarrollo nacional a través de opciones civilizadas de comunicación, particularmente de comunicación política, y no de otras alternativas de intervención social violentas que lo que ocasionan es la emergencia del caos en el sistema colectivo.

III. ¿POR QUÉ ES NECESARIO CONTAR CON UN NUEVO ESTADO RECTOR?

Para avanzar en el proceso de reestructuración de la sociedad que permita la superación de la profunda crisis de civilización en la que naufraga la sociedad mexicana a principios de la segunda década del siglo XXI, ahora más que nunca es urgente contar con la presencia activa de un Estado-nación fuerte que reencause el caos que existe en dichas transiciones sectoriales, hacia nuevos órdenes civilizatorios que ofrezcan horizontes alternativos reales para la supervivencia de los seres humanos.

Hay que considerar que la capacidad de acción del Estado para regular las crisis, por medio de sus diversas formas de intervención rectoras (monetaria, política, ideológica, social, educativa, comunicativa), reduce o elimina la posibilidad de la peligrosa “autorregulación” capitalista sin controles —que tarde o temprano provocará nuevos desastres sociales— y plantea la existencia de opciones civilizatorias que nos protejan de la barbarie salvaje que genera la lógica de acumulación desregulada de capital depredador sin contrapesos. Sin la presencia del Estado es imposible alcanzar el desarrollo sostenible, pues éste es la condición central para lograr el crecimiento económico, político-social y cultural de la sociedad (Almeyra 2009, 85; Novelo 2009, 240), ya que la dinámica unila-

teral del mercado es absolutamente insuficiente para regular los procesos colectivos que no están directamente relacionados con la generación de la ganancia. Así, el mercado no se preocupa por lo social o lo colectivo, sino que sólo le interesa hasta el momento en que tales realidades lleguen a una fase crítica donde actúan como un serio obstáculo para continuar con su proceso de acumulación de capital, ocasionando pérdidas y la desestructuración del sistema lucrativo. De lo contrario, será la dinámica de la anarquía la que se apodere del futuro, creando un orden desastroso que devaste crecientemente a los ciudadanos.

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

la lentitud que han mantenido los políticos por arribar a arreglos institucionales democráticos; la propensión de la clase en el poder para protegerse a costa del estado de derecho cuando existen imputaciones de ilicitudes en su contra; a la falta de transparencia en los procedimientos por medio de los cuales se llega a arribar a las decisiones; al fortalecimiento de la *partidocracia*; a la 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; a la debilidad de los mecanismos de control y de fiscalización del Estado; a la carencia de una cultura y prácticas de rendición de cuentas; a la debilidad de los mecanismos de control 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 la anemia de una cultura de la desobediencia civil respecto a leyes, programas o políticas injustas o alejadas de los intereses ciudadanos (Cárdenas 2006, 219-20).

IV. EL AVANCE DEL *ESTADO FALLIDO*

Sin embargo, pese a la creciente necesidad imperiosa de renovación sustantiva de las estructuras sociales en México, hoy no se cuenta en el país con la presencia de un Estado fuerte y eficaz para solucionar tales desafíos, sino que se encara progresivamente la acción del fenómeno del *Estado fallido*, que significa que la cabeza nacional rectora del desarrollo colectivo cada vez es menos capaz de resolver equilibradamente los grandes problemas del país, especialmente comunicativos, para darle una conducción armónica al desarrollo de las comunidades mexicanas.

En consecuencia, si a comienzos de los siglos XIX y XX empezó el desarrollo comunitario del país con un Estado mexicano fuerte que pudo luchar contra los *poderes fácticos*⁵ que amenazaban su esencia rectora en tales periodos de la historia nacional, 200 años después se celebra 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 a los *poderes fácticos*, especialmente de naturaleza mediática, que lo vulneran o desdibujan, permitiendo la imposición de otro proyecto de nación desigual distinto al que formula el espíritu de la Constitución mexicana de 1917 y sus leyes complementarias.

De esta forma, en los recientes años, progresivamente, 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, y lentamente se consintió el resurgi-

⁵ Por *poderes fácticos* se entienden aquellas fuerzas reales que no son reconocidas formal u oficialmente por la institucionalidad establecida, pero que por su fuerza se imponen activamente en algún ámbito básico del funcionamiento de la sociedad contemporánea. En este sentido, no cuentan con legitimidad consensuada que les otorgue estatuto formal para operar, pero son poderes totalmente reales que actúan con gran eficiencia política.

miento de un clima de tensión, inseguridad y violencia que sólo se presenció en los anteriores estallidos de inestabilidad en los periodos de lucha por la Independencia en el siglo XIX y la Revolución en el XX. Así, en las últimas décadas el Estado mexicano se convirtió cada vez más en una entidad crecientemente inepta para resolver los grandes desafíos que exige solucionar el crecimiento armónico de las comunidades nacionales de principios del tercer milenio.

En este sentido, si uno de los grandes frutos de los movimientos emancipadores 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, se observa que contrariamente a la propaganda de los discursos oficiales que proclama 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 hay un Estado-nación más debilitado, subordinado e injusto, y que con el tiempo 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 de 1910 como movimiento de renovación social se han agotado en la actualidad y el término en sí mismo ya 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 país. La pobreza y la marginalidad han alcanzado niveles históricos y la descomposición

social nos condena cada vez más a vivir en la zozobra. Los signos de la crisis y de la ineptitud gubernamental se muestran con crudeza en el ámbito de la educación, la falta de empleo, el deterioro de la salud pública, la procuración de justicia, la seguridad ciudadana, el deterioro ecológico, la nutrición, el avance del narcotráfico, etcétera, donde las cuentas sólo pueden hacerse con balance negativo, fracaso tras fracaso.⁶

Es por ello que en este contexto de evocación resulta central reflexionar sobre el nuevo Estado posmoderno que ha 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 de la historia nacional.

La acumulación creciente de esta realidad histórica refleja la presencia real del *Estado mexicano fallido*, particularmente 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 que 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.

Dicha 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.

⁶ Dicho diagnóstico nacional ya se expresaba con sus justas dimensiones en el ensayo “La crisis de México”, de Daniel Cosío Villegas, publicado en 1947 (Velázquez 2011, 7- 8).

V. LA RENOVACIÓN DE LOS HOMBRES Y EL CAMBIO SOCIAL

Frente al acelerado avance del caos que enfrenta la sociedad mexicana en todos los ámbitos del desarrollo nacional, un rayo de esperanza que ofrece nuevas opciones para la reordenación de la nación proviene del 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 país (Velázquez 2011, 7-8). En otras palabras, para transformar el sistema social se requiere modificar o remplazar a los hombres que conforman la estructura política de las comunidades, ya que los sistemas sociales no emergen de la nada, sino que son resultado de las acciones que realiza la gente.

Debido a este delicado panorama, después de la conmemoración del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución mexicana por el gobierno en turno en 2010, mediante un gran *show* mediático superficial destinado para el consumo espectacular de las televisoras,⁷ ahora es imperioso rescatar desde la sociedad civil el espíritu emancipador de los movimientos libertarios anteriores con el fin de crear desde esa inspiración histórica condiciones políticas, jurídicas, culturales, etcétera, 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 instrumentos se evitará el resurgimiento de los capítulos del autoritarismo, la esclavitud y la dominación que antaño subordinaron de forma descarnada a la población mexicana y que hoy amenazan con resurgir con mucha fuerza en la etapa de la modernidad globalizada.

⁷ Para ampliar este panorama, véase Esteinou (2010).

En este sentido, actualmente las comunidades de la República se encuentran ubicadas en el tiempo histórico del rescate y la refundación del Estado-nación, que impida el avance acelerado del caos con su respectivo proceso de deterioro social (Esteinou 2010c). Es decir, para superar la crisis de civilización en la que se encuentra colocada la sociedad mexicana, existe una coyuntura que exige la transformación profunda del Estado mexicano en su conjunto, para crear otro pacto social de convivencia colectiva que posibilite la supervivencia con paz, justicia e igualdad para todos los ciudadanos.

VI. LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y LA RECONSTRUCCIÓN DE LA DEMOCRACIA NACIONAL

Dentro del conjunto de los diversos instrumentos políticos con los que cuenta el Estado nacional para su renovación pacífica y que permitan superar el desorden colectivo en el cual se encuentra sumido el proyecto de crecimiento nacional, los procesos electorales ocupan un lugar estratégico en dicha dinámica, pues permiten canalizar de manera institucionalizada, periódica y ordenada la voluntad de las mayorías para transformar a los poderes públicos que gobiernan a la sociedad.⁸ Por ello, para avanzar en 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

⁸ Para revisar el papel que han tendido los partidos políticos en los últimos procesos electorales, consultar la obra de Sánchez (2011).

de *democracia representativa* de cantidad, que actualmente navega con una fuerte crisis de credibilidad y eficacia en la nación.

Por esta razón, es importante considerar que:

la crisis partidista es una crisis de los sistemas de representación, por la desconfianza que provocan esas instituciones en los ciudadanos. Si los partidos se comportan como grupos altamente burocratizados y oligárquicos, que controlan de forma monopolística los mecanismos del proceso democrático —candidaturas, campañas, canales de reproducción de elites—, resulta absurdo no reconocer que la falta de democracia interna se traduce en un déficit de la democracia representativa (Cárdenas 2006, 219).

Aunque propagandísticamente se afirme lo contrario, es necesario 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 otros poderes fácticos condicionan y colonizan 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 (Cárdenas 2006, 8).

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 (Cárdenas 2006, 12).

De esta forma,

la distancia inicial que se trazó en la formulación del sistema representativo entre representantes y representados se ha ido agrandando con el paso del tiempo y no precisamente para garantizar la prohibición del mandato imperativo, sino porque el legislador se ha apartado de la defensa de los intereses sociales y se ha acercado a la protección de los intereses de los factores reales de poder, comenzando con los de sus partidos a costa de los intereses y necesidades de las grandes mayorías (Cárdenas 2006, 220).

En este sentido, la

democracia representativa o democracia de los modernos es un fenómeno que ha experimentado diversas variaciones 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, por 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 (Cárdenas 2006, 32).

Así, la democracia representativa se caracteriza fundamentalmente por promover las estrategias organizativas y propagandísticas pragmáticas que permitan elegir libremente a los candidatos que luchan por ocupar los cargos públicos en cada etapa de la sucesión de poderes. Es una dinámica que se queda más en el uso de las 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 recurre a la rifa de autos, distribución de computadoras, ofrecimiento de becas para idiomas, distribución de costales de cemento, dotación con despensas de alimentos, entrega de techos de asbesto, de tortas, etcétera, para obtener los votos coyunturales de la población; y después los candidatos y los partidos se olvidan de los requerimientos de los habitantes.⁹

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

⁹ 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 2006, 33).

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.

De esta manera, la democracia deliberativa se caracteriza por

su carácter inclusivo, público, argumentativo, igualitario, porque coloca sobre la mesa las razones y no sólo intereses egoístas. Así, promueve la imparcialidad derivada de la colegiación de las decisiones en procesos abiertos, integradores, basado en la razonabilidad y en el mejor argumento. Por consiguiente, uno de los aciertos de la democracia deliberativa está en el control ciudadano a lo estatal, para que las instituciones por sí o siguiendo los intereses de los factores reales de poder, no actúen en forma autoritaria. Se trata que los ciudadanos recuperen una actitud ofensiva frente a las instituciones y por eso se pide que el sistema representativo sea modificado en las cuatro etapas clásicas del proceso: debate, mandato, control, y actuación gubernamental, para incrementar la deliberación, la calidad de la democracia y el poder cuestionar a la corrupción, además de generar instrumentos para solucionarla mediante la discusión pública de los asuntos. Este nuevo enfoque democrático pone énfasis en el papel que juegan los poderes reales de poder: partidos, medios de comunicación electrónicos, intereses económicos nacionales y trasnacionales, cuando cooptan el aparato del Estado y se lo reparten como botín (Cárdenas 2006, 196-7).

La creación de este tipo de democracia no se logra con simples decisiones políticas, sino que además de incorporar lo anterior, se alcanza mediante la intervención de procesos deliberativos de comunicación que permitan que la opinión, la discusión y la crítica de todos los sectores sociales se exprese ampliamente en el *espacio virtual colectivo* de la sociedad.

VII. LOS PROCESOS ELECTORALES Y LA TRANSFORMACIÓN POLÍTICA

Para reconstruir un nuevo proyecto de nación desde una perspectiva virtuosa que supere las realidades críticas anteriores y no desde decisiones unilaterales de grupos privilegiados en la estructura de poder, es necesario partir de la ejecución de procesos sociales democráticos y no autoritarios. De lo contrario, se volverán a reproducir los viejos vicios estructurales que han colapsado históricamente el proyecto de crecimiento nacional, con las consecuentes crisis recurrentes que se han generado para la sociedad mexicana.

La renovación democrática de las estructuras de funcionamiento global del país exige distinguir la existencia de diversos niveles de la democracia y los elementos fundamentales que componen cada proceso. En este sentido, en la tarea de construir la democracia en México, se requiere diferenciar los diversos momentos por los que puede atravesar dicha dinámica, entre los cuales despuntan las siguientes tres fases de desarrollo: la de la *democracia representativa*, la de la *democracia deliberativa* y de la *democracia ciudadana*.

Para la consolidación de cada una de estas etapas civilizatorias se requiere la presencia de diversos elementos sociopolíticos, dentro de los cuales sobresale de manera muy destacada por el lugar estratégico que ocupa dentro de esta acción, el prototipo de comunicación que emplea cada modalidad de democracia para alcanzar

sus objetivos de pluralidad, representatividad y equilibrio comunitario. Es por ello que para entender las coordenadas en que se encuentra el proceso de construcción de la democracia nacional es fundamental analizar el modelo de comunicación política que se introdujo en el esquema de la reforma electoral de 2007, para edificar la transición a la apertura política en México y precisar con ello qué tipología de democracia es la que genera dicho prototipo comunicativo en la nación.

De aquí la importancia central de analizar el tipo de democracia, informativa o comunicativa, plural o partidocrática, etcétera, que ha introducido la reforma electoral de 2007 en México por medio del prototipo de comunicación masivo que ha empleado con la sociedad. Delimitarla conceptualmente significará precisar el grado de avance histórico que hoy día existe o no en modelos y las dinámicas electorales que se aplican en México.

VIII. LA LUCHA EN EL CONGRESO. LA APROBACIÓN DE LA REFORMA ELECTORAL DE 2007

El 1 de diciembre de 2005 se aprobó oscuramente en la Cámara de Diputados, por vía *fast track*, un proyecto de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRYTV) y a la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFT), denominado popularmente “Ley Televisa”, que fue presentado y dictaminado en ocho días, apoyado por la unanimidad de 327 diputados y aprobada en siete minutos, sin mociones a favor o en contra ni abstenciones y sin destacar la trascendencia de la misma (Calleja 2005, VIII; Islas 2005, VIII; Carriedo 2005, IV-V; Trejo 2005 I-III; Yuste 2005, IV-V; Mejía 2005, VI-VII; “Estudia IFE derecho

de réplica” 2011).¹⁰ Después, sin tomar en cuenta la existencia del anterior proyecto ciudadano de Iniciativa de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión, que ya se encontraba desde hacía tres años en el Senado de la República en proceso de análisis y discusión por las comisiones unidas de Comunicaciones, Gobernación y Estudios Legislativos,¹¹ la Cámara de Diputados envió a la Cámara Alta la nueva propuesta denominada Iniciativa que Reforma, Adiciona y Deroga Diversas Disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión (Senado de la República 2005) que previamente ya había sido aprobada, vía *fast track*, por la unanimidad de su Pleno.

Semanas después, el 30 de marzo de 2006 un sector mayoritario de legisladores a favor de la Ley Televisa aprobaron irracionalmente el mismo proyecto de reforma en el Senado de la República por 81 votos a favor, 40 en contra y cuatro abstenciones (“Aprueba Senado sin cambios, reforma a ley de medios” 2006; “Ni una coma, fue la consigna” 2006), sin ninguna modificación sustancial o cirugía mayor (“Cirugía mayor a ley de medios, empujan senadores” 2006; Corral 2006) ni ninguna discusión a las severas intervenciones en contra que presentaron los legisladores de oposición, quienes la cuestionaron profundamente.

De manera asombrosa, dicha propuesta jurídica fue aceptada en el Congreso sin contemplar ninguna de las más de 18,000 formulaciones presentadas en los últimos 40 años por intelectuales, partidos políticos, académicos, sociedad civil, especialistas, sectores gubernamentales, etcétera, en foros, consultas públicas, audiencias o congresos, para transformar el sistema de radio y televisión y construir otro modelo de comunicación en México. Tampoco incluyó

¹⁰ Para ampliar esta realidad consultar Esteinou y Alva de la Selva (2009) y Varios Autores (2009).

¹¹ Un análisis al respecto se puede consultar en Esteinou (2005a).

ninguna de las conclusiones de los trabajos realizados durante más de tres años por la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral de la Radio y Televisión organizada por la Secretaría de Gobernación ni los avances logrados a lo largo de cuatro años de trabajo de la Conferencia Interparlamentaria y la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado para el sector de las telecomunicaciones, con el fin de elaborar una relación más transparente, justa y equitativa entre el Estado, los concesionarios y la sociedad (“PRD llama al Senado a no aprobar reforma a medios” 2006). También desconoció los postulados estratégicos de la Iniciativa Ciudadana de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión que ya tenía muy avanzado el Senado de la República. Tampoco fueron consultados los organismos, las cámaras y las asociaciones de la industria, la academia, los usuarios y las autoridades, como la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) y Comisión Federal de Competencia (CFC), para enriquecer el proyecto base, sino que prepotentemente sólo se incluyeron la protección y ampliación de los intereses de los grandes consorcios mediáticos, especialmente de Televisa y Televisión Azteca, y se desconocieron de tajo las necesidades de la sociedad.

Una vez aprobada la Ley Televisa por los poderes Ejecutivo y Legislativo en 2006,¹² fue sólo el Poder Judicial de la Federación el que cobró conciencia del gravísimo error cometido por los dos poderes anteriores y detuvo el avance de dicha normatividad anticonstitucional mediante la rigurosa aplicación de la filosofía de la Constitución mexicana. Así, fue el 7 de junio de 2007 —fecha conmemorativa del Día de la Libertad de Prensa, y por lo tanto, del impulso de la libertad del espíritu humano por encima de las fuerzas de la asfixia del poder—, cuando el Poder Judicial, por medio de la SCJN anuló

¹² Con el fin de ampliar este rubro consultar Esteinou (2006 y 2007a).

los aspectos centrales de la Ley Televisa y colocó el mandato de la Constitución mexicana por encima de los intereses de los poderes fácticos informativos que ya la habían rebasado con exceso, cinismo, impunidad y prepotencia desde hace varias décadas.¹³

Con ello, se puso fin a los tiempos de la Ley Televisa en el terreno de la comunicación político-electoral que pretendía reforzar los principios de la desigualdad, la concentración, la impunidad, la corrupción y el desconocimiento de los derechos comunicativos básicos de la población demandados durante varias décadas por la sociedad civil, y se rescataron las bases jurídicas mínimas para crear los tiempos del Estado de Derecho comunicativo, al ubicarse los principios del pacto nacional concretados en la Carta Magna por encima de los intereses particulares de los poderes fácticos informativos.

Así, a partir de los postulados jurídico-filosóficos medulares de la Constitución política mexicana se fijaron las bases para la construcción, sin extravíos, de un proyecto republicano de comunicación de largo plazo en el país que considere la rectoría del Estado y los principios constitucionales como esencia vertebral del modelo de cultura y de información colectiva nacionales, por encima de la dinámica libertina de los intereses voraces e insaciables de los oligopolios de la difusión, que han alcanzado en el país enormes privilegios y fuertes grados de concentración y aun así no han quedado satisfechos. En este sentido, después de la intervención de la SCJN en el caso de la Ley Televisa, la sociedad quedó colocada en los nuevos tiempos para lograr una verdadera transformación del modelo de comunicación nacional.

Con todo esto, quedó asentado para el futuro el marco institucional mínimo con el que se debe edificar un nuevo modelo de

¹³ Para profundizar en este aspecto consultar Esteinou (2008) y Corral y Arredondo (2007).

comunicación nacional desde el horizonte del equilibrio político, la pluralidad y la práctica del servicio público de comunicación que permita el avance comunicativo de la sociedad en su conjunto y no sólo de los monopolios de los medios electrónicos. Por ello, con la realización de estas acciones estratégicas por parte de la SCJN se colocaron los fundamentos jurídicos para contar con nuevos tiempos políticos que permitirán la reforma a las estructuras de la radiodifusión nacional y, con ello, avanzar en el proceso de transición pacífica a la democracia.¹⁴

De esta forma, la aprobación de la reforma electoral de 2007 en México significó un cambio jurídico-político muy importante que se introdujo en la primera década del siglo XXI en la normatividad electoral, para alcanzar procesos de renovación de poderes públicos más justos, transparentes y limpios en el país. Desde la versión de la clase política, dichos cambios legales significaron la creación de bases normativas estratégicas para construir una gobernabilidad y una hegemonía más estables que permitan que tales dinámicas recurrentes de transición del poder se realicen en condiciones de mayor credibilidad, democracia y paz social, en comparación con los procesos electorales anteriores.¹⁵

Sin embargo, dichos cambios no implicaron únicamente la modificación y modernización de los procesos de elección tradicionales,¹⁶ sino que también transformaron sustantivamente la forma de construir la democracia y de realizar la comunicación política¹⁷ en la

¹⁴ Para ampliar los antecedentes de la transición a la democracia en México, consultar Fernández (2009).

¹⁵ Con objeto de revisar algunas de las características que presentaron los anteriores procesos electorales en México, consultar Esteinou (2004; 2005b; 2007b; De la Peña 2007; Pacheco 2007 y Soto 2007).

¹⁶ Con el fin de examinar algunos antecedentes sobre los cambios electorales en México, véase Woldenberg (2009).

¹⁷ Por comunicación política se entienden los procesos de difusión de información que llevan a cabo los partidos políticos o algún otro tipo de insti-

República mexicana. Así, se puede afirmar que existió un modelo de comunicación política antes de la reforma electoral de 2007 y otro después de la aprobación de la misma en México,¹⁸ que generaron resultados electorales distintos.

Frente a dicho panorama es necesario tener en cuenta que la edificación de la democracia electoral en México atravesó por diversas fases de transformación para consolidarse, pero la más relevante por el cambio sustantivo que introdujo en la primera década el siglo XXI, fue la reforma electoral de 2007. De esta forma, derivado de la tendencia histórica posterior a la Ley Televisa, el Congreso de la Unión creó la reforma electoral en 2007 con el fin de regular la acción de los *poderes fácticos mediáticos* y evitar las deformaciones o manipulaciones de los procesos electorales en México.

Así, el 12 de septiembre de 2007 se aprobó la reforma electoral en el Senado de la República con 111 votos a favor y 11 en contra,¹⁹ y el 14 de septiembre en la Cámara de Diputados con 361 votos a

tución de poder, con el fin de que sus intereses, candidatos o conjunto de ideas sean aceptados por la mayoría de la opinión pública con el fin de posicionarlos privilegiadamente dentro de la estructura de poder nacional donde actúan. Para que dichas dinámicas políticas alcancen su estatus de procesos comunicativos, necesariamente se requiere que exista la respuesta de los auditorios o ciudadanos hacia el emisor que los genera, si no solamente permanecen como fenómenos informativos de naturaleza política.

Tales procesos dominan en las fases electorales, pero no son exclusivos de estos periodos de cambio político, aunque son las etapas en las que adquieren mayor visibilidad social.

¹⁸ Para examinar algunos rasgos de la realidad comunicativa de los procesos electorales antes y después de la Reforma Electoral en México, véase Woldenberg (2009).

¹⁹ Véanse “Aprueban por unanimidad la reforma” (*Reforma 2007a*); “El Senado aprueba la reforma electoral” (*El Universal 2007b*, 11); “Aprueban reforma electoral” (*El Universal*, 2007a); “Va reforma pese a TV” (*Reforma 2007b*); “El Senado no se dobló, pasa reforma electoral” (*El Financiero*, 2007a); “Avalan diputados la reforma electoral” (*La Jornada 2007c*, 5).

favor, 30 en contra y 2 abstenciones.²⁰ Más adelante tal propuesta normativa fue legitimada el 9 de octubre por 30 estados federados de la República mexicana, que la valoraron como un importante avance para la democracia mexicana,²¹ excepto el gobierno de Coahuila que la rechazó por considerar que la nueva normatividad atentaba contra la libertad de expresión.²²

Por ello, resulta necesario examinar las transformaciones centrales que introdujo la reforma electoral en el terreno de la comunicación política nacional; revisar las ganancias que obtuvo la sociedad mexicana, los blindajes para respaldarla; examinar las reacciones de la *telecracia*, localizar aquellos aspectos que permanecieron confusos o vulnerables para contar con elecciones más seguras en la República; sistematizar las consecuencias históricas emanadas; sintetizar las repercusiones político-sociales derivadas y, finalmente, proponer nuevas alternativas políticas eficientes para fortalecer dicho proceso de renovación pacífica del poder público en México.

²⁰ Véanse “Externan en San Lázaro apoyo a reforma electoral” (2007); “Diputados prevén una aprobación ‘Fast track’” (2007); “Sin cambios avanza en San Lázaro la reforma electoral” (2007); “Aprueba la Cámara de Diputados reforma electoral: 408 votos a favor” (2007, 5); “Avalan diputados la reforma electoral” (2007, 5).

²¹ Véanse “Llevaron a estados disputa por spots” (2007); “Oaxaca aprueba reforma política” (2007); “Aprueba Edomex reforma electoral” (2007); “Aprueban la Minuta en Colima” (2007); “Querétaro aprueba la Minuta” (2007); “Concretan estados reforma electoral” (2007).

²² Véanse “Advierte Moreira su rebelión electoral” (2007); “No pasará la reforma electoral” (2007); y “Estados en rebelión” (2007).

IX. LA MUTACIÓN DEL MODELO CONVENCIONAL DE COMUNICACIÓN POLÍTICA CON LA REFORMA ELECTORAL

La reforma electoral incorporó importantes cambios para la ejecución de los procesos electorales, especialmente en el ámbito de la comunicación política, que marcaron una nueva fase de la difusión partidista en las etapas de relevo de poderes en México. Así, desde la óptica de los partidos que aprobaron la reforma electoral de 2007, esta nueva normatividad introdujo diversos cambios políticos generales para el proceso de la transición política nacional, pero en el terreno de la comunicación aportó, entre otros, los siguientes 17 aspectos que contribuyeron a construir otro modelo de comunicación política en el país:

1. Determinó que los partidos políticos nacionales tuvieran derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.²³
2. Autorizó que el Instituto Federal Electoral (IFE) fuera la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo que establezcan las leyes.
3. A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedaron a disposición del IFE

²³ Véanse Decreto por el que se reforman los artículos 6°, 41, 85, 99, 108, 116 y 122, se adiciona el artículo 134 y se deroga un párrafo al artículo 97 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Cámara de Senadores 2007, 3); e Informe general sobre la implementación de la Reforma Electoral durante el proceso 2008-2009 (IFE 2009, 15-9).

- 48 minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión (IFE 2009, 15-9; Cámara de Senadores 2007, 4).
4. Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión; el tiempo restante se utilizará conforme a lo que determine la ley.
 5. A lo largo de las campañas electorales deberá destinarse al menos 85% del tiempo total disponible para cubrir el derecho de los partidos políticos a difundir sus mensajes.
 6. Las transmisiones en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las 6 y las 24 horas (IFE 2009, 15-9; Cámara de Senadores 2007, 5).
 7. El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos se distribuirá entre los mismos conforme a los siguientes criterios:
 - A. Treinta por ciento en forma igualitaria y el 70% restante de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior.
 - B. A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignará para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario (IFE 2009, 15-9; Cámara de Senadores 2007, 6).
 8. Fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al Instituto Federal Electoral le será asignado hasta el 12% del tiempo total de que el Estado

disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad. Del total asignado, el Instituto otorgará el tiempo con las siguientes directrices:

- A. Distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas.
 - B. Cada partido político nacional utilizará el tiempo que por este concepto le corresponda en un programa mensual de cinco minutos y el restante en mensajes con duración de 20 segundos cada uno. En todo caso, las transmisiones se harán en el horario que determine el Instituto.
 - C. En situaciones especiales el instituto podrá disponer de los tiempos correspondientes a mensajes partidistas a favor de un partido político, cuando así se justifique (IFE 2009, 15-9; Cámara de Senadores 2007, 6).
9. Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. En este sentido, ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

10. Para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Federal Electoral (IFE) administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate, conforme a los siguientes lineamientos y lo que determine la ley:
 - A. Para los casos de los procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal, el tiempo asignado en cada entidad federativa estará comprendido dentro del total disponible.
 - B. En los demás procesos electorales, la asignación se hará en los términos de la ley, conforme a los criterios de esta base constitucional.
 - C. La distribución de los tiempos entre los partidos políticos, incluyendo a los de registro local, se realizará de acuerdo con los criterios señalados y lo que determine la legislación aplicable (IFE 2009, 15-9; Cámara de Senadores 2007, 7).
11. Cuando a juicio del IFE el tiempo total en radio y televisión a que se refieren este apartado y el anterior fuese insuficiente para sus propios fines o los de otras autoridades electorales, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante, conforme a las facultades que la ley le confiera.
12. En la propaganda política o electoral que difundan los partidos deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas.
13. Durante “el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de

la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia” (IFE 2009, 15-9; Cámara de Senadores 2007, 3).

De esta forma, la propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

14. Las infracciones a lo dispuesto en esta base serán sancionadas por el IFE mediante procedimientos expeditos, que podrán incluir la orden de cancelación inmediata de las transmisiones en radio y televisión, de concesionarios y permisionarios, que resulten violatorias de la ley (IFE 2009, 15-9; Cámara de Senadores 2007, 7).
15. La ley establecerá los plazos para la realización de los procesos partidistas de selección y postulación de candidatos a cargos de elección popular, así como las reglas para las precampañas y las campañas electorales. La duración de las campañas en el año de elecciones

para presidente de la República, senadores y diputados federales será de 90 días; en el año en que sólo se elijan diputados federales, las campañas durarán sesenta días. En ningún caso las precampañas excederán las dos terceras partes del tiempo previsto para las campañas electorales. La violación a estas disposiciones por los partidos o cualquier otra persona física o moral será sancionada conforme a la ley (IFE 2009, 15-9; Cámara de Senadores 2007, 8).

16. La duración de las campañas no deberá exceder de 90 días para la elección de gobernador, ni de 60 días cuando sólo se elijan diputados locales o ayuntamientos; las precampañas no podrán durar más de las dos terceras partes de las respectivas campañas electorales (IFE 2009, 15-9; Cámara de Senadores 2007, 9).
17. Las disposiciones contenidas en esta ley deberán ser cumplidas en el ámbito de los estados y el Distrito Federal conforme a la legislación aplicable.

En este sentido, desde la posición de la clase política y un sector intelectual que defendió la reforma electoral, se afirmó que con este moderno entramado jurídico de tercera generación se modificaron las reglas para generar la comunicación política en México.²⁴ Así, desde la situación de los partidos el asunto más relevante de la reforma electoral fue la creación del nuevo modelo de acceso a medios, radio y televisión, y el perfil que tendrá la propaganda gubernamental. La prohibición de compra directa o a través de terceros y el uso exclusivo de medios sólo mediante los tiempos estatales (Aziz y Alonso 2009, 272).

²⁴ Para profundizar sobre algunas de las características del nuevo modelo de comunicación política que introdujo la reforma electoral de 2007 en México, véanse García (2009, 7-9) y Pareja (2009, 59-63).

Desde esta perspectiva se constató que existió un modelo de comunicación político-electoral antes de la aceptación de la reforma electoral y otro muy distinto después de la aprobación de la misma en el Congreso de la Unión, que ocasionaron consecuencias totalmente distintas para el equilibrio democrático de la sociedad mexicana.

X. LAS GANANCIAS SOCIALES

Desde el punto de vista de los partidos políticos que aprobaron mayoritariamente la reforma electoral de 2007 en el Congreso de la Unión, éstos aseguraron que la sociedad mexicana avanzó en diversos terrenos y alcanzó, entre otros, los siguientes 11 beneficios generales en el ámbito democrático, comunicativo y ciudadano:

1. A diferencia de todos los intentos anteriores de cambio jurídico en materia de comunicación colectiva, con la aceptación de la reforma electoral por el Congreso de la Unión se negoció una nueva transición comunicativa en el terreno de la comunicación política nacional que no se había podido obtener antes mediante ninguna estrategia partidaria.
2. Teóricamente se creó otro modelo de comunicación política que expulsó a los intereses fácticos mediáticos de los procesos electorales. De esta forma, las dinámicas electorales se liberaron del “dinero oculto”, de los “apoyos sucios” y de la presión que imponían los monopolios mediáticos, de la difusión masiva a la clase política al presionar a los partidos y a sus candidatos para que aceptaran sus exigencias empresariales a cambio de su respaldo mediático durante los comicios locales y federales. Con dicha acción los partidos dejaron de “vender

su alma al diablo”, con tal de conseguir recursos para financiar sus campañas. Ya no quedaron necesitados de acudir a tocar las puertas traseras de las empresas de información electrónica para realizar sus proyectos propagandísticos (“El Senado aprueba la reforma electoral” 2007, 11).

3. Se redujeron las campañas presidenciales de 186 días a sólo 90 (50%), con lo cual se logró un ahorro para el erario de más de 3,000 millones de pesos, que representaban el oneroso costo de las campañas políticas en etapas de sucesión presidencial (“El Senado aprueba la reforma electoral” 2007, 11). Hay que recordar que hasta antes de la instauración de la reforma electoral, las campañas políticas en México eran las más caras del mundo.
4. Ni partidos ni terceras personas podrán contratar propaganda en radio y televisión.
5. Se dispuso de los *tiempos de Estado* (tiempos oficiales) para la difusión de la propaganda de los partidos, lo cual significó que ya no se deberán emplear los tiempos comerciales para estos fines. En este sentido, los partidos políticos ya no podrán contratar directamente su publicidad política con los medios concesionados de difusión masiva, sino que las campañas sólo se podrán realizar en los tiempos de Estado determinados por la ley. Con ello, el Legislativo contribuyó a quitar los grilletos que el poder mediático aplicaba a los poderes públicos, especialmente en etapas de sucesión electoral para imponerle sus intereses empresariales.
6. El IFE será la única institución que distribuirá los *tiempos oficiales* entre los partidos.
7. Se prohibió realizar las “campañas negras” o destinar recursos para denigrar al adversario electoral.

8. Se impidió que se realizara propaganda gubernamental durante las campañas electorales. De esta manera, la información gubernamental ya no podrá manejarse como un instrumento de propaganda política, sino solamente como información social muy acotada sobre las acciones o los logros del gobierno.
9. En el supuesto que los concesionarios de la comunicación electrónica violaran las leyes electorales, el IFE ordenará la inmediata cancelación de las transmisiones de radio y televisión.
10. Se elevó a rango constitucional el derecho de réplica a favor de los ciudadanos y, con ello, se reforzó esta garantía universal de los mexicanos que se encontraba muy abandonada por el entramado jurídico del Estado. No obstante, dicho derecho no se acompañó de una ley reglamentaria que operacionalizara su aplicación y, en consecuencia, sólo quedó como un derecho reconocido formalmente, pero sin capacidad de aplicación práctica.
11. Con dichas regulaciones, el Poder Legislativo blindó a los partidos políticos para que en el futuro no sufran los chantajes tradicionales que ejercen los grandes monopolios mediáticos para defender sus intereses lucrativos y políticos en los periodos electorales. Con estos cambios jurídicos, en primer término, se evitó que las coacciones ideológicas que se aplicaban por los diversos grupos de presión en los tiempos electorales, vía los medios de información masiva, surtan efecto sobre los candidatos y los partidos que luchan por el poder en turno. En segundo término, se impidió que tuvieran éxito los chantajes que aplican los poderes mediáticos a los partidos políticos en las fases legislativas en las que elaboran leyes de comunicación que intentan normar

la acción de los medios de información, como en el caso de la imposición de la Ley Televisa en la coyuntura electoral de 2006.

Así, después de la aprobación de la reforma electoral en el Congreso de la Unión se podría discutir y aprobar con más libertad, amplitud, independencia, transparencia y compromiso social la creación de nuevas leyes de radio, televisión y de telecomunicaciones con un espíritu democrático que dé origen a un nuevo modelo de comunicación nacional equilibrado, sin necesidad de renunciar a estos avances democráticos por la presión de los intereses de los monopolios de la difusión colectiva.

De esta manera, los partidos y el Estado formularon que con los progresos jurídicos alcanzados en el terreno comunicativo-electoral, la sociedad mexicana ya contaba con las bases normativas suficientes para aplicar otro modelo de comunicación, y con ello, adentrarse en los nuevos tiempos históricos para alcanzar un cambio democrático superior.

No obstante la presencia de tales avances de la reforma electoral, en la realidad, después de la primera aplicación del nuevo modelo de comunicación política en las elecciones intermedias de 2009, en muchos ámbitos los resultados fueron distintos a los postulados iniciales que se plantearon, como lo confirmó la fuerza de la realidad empírica respectiva.

XI. LOS VACÍOS DE LA NUEVA NORMATIVIDAD

Mediante la elaboración de la reforma electoral y la incorporación de procedimientos de *blindaje electoral*, aparentemente, se redujo de manera parcial la fuerte presión que ejercieron los monopolios mediáticos sobre los candidatos de los partidos políticos, en particular

en las etapas electorales. Por este medio se pretendió impedir que los actores políticos quedaran subordinados a los intereses de los grandes monopolios de la comunicación y pactar con ellos su respaldo 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 Ejecutivo.

Con ello, se intentó evitar parcialmente que el dinero de los grandes monopolios u organismos de presión social continuara pervirtiendo cada vez más a la política, al permitir que éste definiera qué sujetos y qué contenidos podían participar y cuáles no en el espacio público mediático que construyen los medios de difusión colectivos, para intentar persuadir a la población con su propaganda partidista, y ganar o perder con esto las contiendas electorales.

Pese a los relevantes avances normativos que introdujo la reforma electoral del 2007 en el terreno de la comunicación política en México y los posteriores mecanismos de blindaje que se aplicaron, ésta permaneció con diversos vacíos o deficiencias jurídicas muy relevantes que la colocaron en una importante situación de vulnerabilidad regulatoria para poner firmemente dentro del orden constitucional a los poderes fácticos mediáticos, a otras fuerzas del “dinero sucio” y con ello equilibrar de forma eficiente los 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 con solidez la reforma electoral, propiciaron que ésta entrara en una etapa de fragilidad, crisis y quiebre que evitó que el espíritu con el que fue diseñada originalmente se pudiera alcanzar plenamente en las elecciones intermedias de 2009 en México.

XII. LOS LÍMITES DEL MODELO PARTIDISTA DE COMUNICACIÓN ELECTORAL

Debido a que la clase política y diversos sectores de intelectuales simpatizantes con las transformaciones normativas realizadas en el Congreso en materia electoral manifestaron velozmente un reconocimiento sobre las virtudes alcanzadas por la reforma electoral, esta acción de consentimiento excesivamente prematura impidió reflexionar de manera fría y crítica sobre el objetivo y la modalidad con la cual los partidos políticos utilizaron el acceso a los medios de difusión masiva, vía 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 sólo reconoció en algunos momentos diversos aspectos imperfectos de ella que se tenían que pulir para contar con un nuevo modelo de comunicación política más avanzado, pero no cuestionó a fondo la esencia democrática, comunicativa y participativa de la misma.

Es por esto que para analizar con mayor integralidad los aspectos centrales de la reforma electoral, con el fin de descubrir sus limitaciones, se requiere considerar de manera crítica los siguientes 21 elementos en diversos planos de acción que son medulares para la construcción de la democracia ciudadana en México: la reconstrucción del concepto de democracia a la mexicana: “¡Yo hablo, y tú escuchas y obedeces!”; la *partidocracia* gana: “¡Todo para los partidos, nada para la sociedad!”; la restricción a la pluralidad política; la anemia democrática; la cimentación del prototipo de comunicación política sobre el modelo de la televisión comercial; la rigidez propagandística; el uso del modelo de la “aguja hipodérmica”;²⁵

²⁵ La teoría comunicativa de la *aguja hipodérmica* formula que los mensajes de los medios de difusión colectivos son asimilados mecánicamente por los

la ausencia de comunicación partidista con la sociedad; el raquismo ideológico; la construcción de la “cara bonita”; el estatus de consumidores pasivos y no de ciudadanos activos; el revertimiento político del exceso propagandístico; el boicot a las nuevas normativas comunicativas; el debilitamiento de los órganos públicos de rectoría electoral; la amenaza contra la imparcialidad de los comicios; la victoria electoral del aparato mediático pese a la acción de la reforma electoral y la *política líquida*.

LA RECONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO DE “DEMOCRACIA A LA MEXICANA”

1. No obstante que en las últimas décadas los partidos políticos se sumergieron en una severa crisis de incredulidad ante la opinión pública, como instituciones legítimamente representativas del conjunto social y como verdaderos instrumentos de construcción de la democracia nacional, el concepto de democracia que formuló el fondo de la reforma electoral de 2007 fue que ésta se erigiría en la medida en que el Estado, mediante la ley, le confiscara el enorme poder comunicativo que históricamente habían acumulado los monopolios de la información electrónica, como poderes fácticos, especialmente en los momentos electorales. Una vez expropiada toda esa gran fuerza comunicativa acaparada por los monopolios mediáticos privados, ésta se le debería entregar a los partidos políticos para organizar sus elecciones, pues constitucionalmente son los representantes legítimos del pueblo.

Sin embargo, lo que sucedió en la realidad concreta con la aplicación de la reforma electoral no fue la construcción de un moderno

auditorios poniendo poca o nula resistencia para ser aceptados. De esta forma, dicha concepción expone que todo mensaje transmitido masivamente tiene su correspondiente aceptación automática positiva en los públicos.

proceso de representatividad democrática más avanzada que le devolviera a la sociedad su principio de justicia e igualdad participativa en los asuntos públicos por medio del uso de las herramientas comunicativas, sino que se generó la instauración de un sistema autoritario de los partidos políticos que no se preocuparon por representar orgánicamente las necesidades apremiantes de la sociedad, y sí por blindarse institucionalmente para defender sus propios intereses como facciones privilegiadas en la estructura de poder nacional.

En la fase de profundo extravío en que se encuentra la cultura política nacional, es necesario recordar que la esencia de la política para construir la democracia no tiene nada que ver con el aprovechamiento de las herramientas persuasivas del espectáculo, la frivolidad, la superficialidad, el histrionismo, el maquillaje, el *marketing*, el *look*, etcétera, para construir imágenes mentales que atraigan a los habitantes, sino que esencialmente está interrelacionada con los procesos de vinculación, de escuchar y de cambio del sistema social que la política tiene que producir para que la población alcance la igualdad, la justicia, la libertad, la participación, la prosperidad, etcétera, y conviva en concordia social. Esto es, edificar la democracia mediante la fundación de otro grado de calidad de comunicación en los procesos electorales y en la vida cotidiana.

De esta forma, la reforma electoral reconstruyó una nueva versión del concepto viciado de la antigua “democracia mexicana” practicado por la vieja clase política nacional que gobernó durante siete décadas en el siglo XX, y en el cual la democracia operativa es el proceso que permite que sólo puedan hablar, participar y elegir en la toma de decisiones los miembros de la estructura del poder económico o burocrático ya establecidos; y la sociedad mayoritaria sólo debe oír, mirar y acatar las decisiones negociadas por la cúpula del poder hegemónico.

Así, el nuevo concepto profundo de la democracia moderna construido por la reforma electoral de 2007 se puede resumir en

la siguiente expresión: “¡Yo, partido, soy el nuevo emisor que habla con todos los recursos comunicativos a la colectividad, y tú, sociedad, sólo me escuchas y obedeces!”.

LA PARTIDOCRACIA GANA:
¡TODO PARA LOS PARTIDOS, NADA PARA LA SOCIEDAD!

2. El desinterés de los partidos políticos para no atender los requerimientos democráticos más elementales de la ciudadanía fue tan contundente en los últimos años que, por ejemplo, durante el proceso de elaboración de la reforma política en el periodo de 2007 y en etapas subsecuentes, ni siquiera fueron capaces de reglamentar el derecho de réplica a favor de los ciudadanos, que es la garantía elemental consagrada por el artículo 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM). Mediante dicho apoyo se le devuelve a la sociedad su facultad de respuesta secuestrada durante décadas por el gobierno y los monopolios de la información, con el fin de intervenir mínimamente en el espacio público mediático para protegerse frente al abuso de los emisores cuando éstos la deshonran, la difaman, la dañan o la afectan con informaciones inexactas o injuriosas, en su imagen, honra o prestigio.

A la maquinaria política electoral la población solamente le atrajo como meros sujetos potenciales con capacidad de voto para legitimarlos coyunturalmente en el poder y no como personas o grupos de ciudadanos que podían participar con su opinión, críticas y aportaciones intelectuales en la reconstrucción del modelo global de desarrollo social. Así, durante la gestación de la reforma electoral, la clase política no legisló el derecho de réplica a favor de los ciudadanos, sino que la dejó abandonada sin concretarla mediante una ley reglamentaria adecuada para que se pudiera aplicar operativamente como una garantía civil.

Fue hasta julio de 2011 cuando el IFE, siguiendo una resolución que emitió el TEPJF en el 2009 para tutelar el derecho de réplica

respaldada en el artículo 233, párrafo 3, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe), pretendió reparar los vacíos que dejó el Poder Legislativo durante muchos años en esta materia. Así, reguló tal garantía, pero ahora paradójicamente para favorecer, una vez más, a los partidos y no a los habitantes del país que la habían demandado desde hace muchas décadas.²⁶

De esta manera, representando a los partidos, el IFE planteó, en un primer momento, que el derecho de réplica se debería ejercer para defender a los políticos que se sientan agraviados por la difusión de alguna información falsa, entre otras, con las siguientes siete características (“Busca la autoridad electoral establecer las bases para el ejercicio del derecho de réplica” 2007, 13):

- a) Procederá cuando los partidos políticos, precandidatos o candidatos afectados, consideren que la información que presente algún medio de comunicación deforme hechos o situaciones referentes a sus actividades, a través de artículos, editoriales, párrafos, reportes, entrevistas, crónicas, programas informativos, de debate, educativos, deportivos, o cualquier otro género periodístico o programa televisivo (“Estudia IFE regular derecho de réplica” 2011).
- b) En caso de darse tal situación, el IFE debe obligar a los medios de comunicación a otorgar gratuitamente el derecho de réplica a partidos y candidatos que consideren que se ha deformado alguna información sobre tales sujetos (“Frentes políticos” 2011).

²⁶ Véanse “El IFE prepara regulación al derecho de réplica por orden del TEPJF” (2011); “El IFE podrá sancionar al medio que no conceda derecho de réplica” (2011); “Más del IFE: Réplica sin derecho” (2011).

- c) La solicitud de réplica tendrá que ser formulada en los cuatro días siguientes a la publicación o difusión, y su extensión no será mayor al triple del tiempo o espacio en el que se contenga la alusión que se contesta, y debe cumplir con los límites constitucionales sobre libertad de expresión.
- d) Si la réplica es mayor al triple del espacio o tiempo, el medio tendrá la obligación de publicarla o difundirla íntegra; pero podrá cobrar el exceso de tiempo o espacio al precio que fije en su tarifa de anuncios, cuyo pago se efectuará o asegurará previamente.
- e) La réplica tendría que publicarse en el mismo lugar o sección, con el mismo tamaño y tipo de letra que fue publicada la información aludida, para el caso de los medios impresos. En los medios electrónicos tendrá que difundirse en el horario, programa y con las mismas particularidades con las que fue realizada la alusión.
- f) Dicha normatividad, en ningún caso procederá respecto de opiniones difundidas en tales medios ni cuando existe una unión inseparable entre éstas y los hechos manifestados que no permitan determinar la frontera entre ellos.
- g) Si el medio no difunde la réplica, el partido político, precandidato o candidato, podrá presentar la queja o denuncia correspondiente ante el IFE, para que lleve a cabo audiencias de conciliación, que en caso de fracasar, derivarán en un procedimiento de investigación. En el caso de que se determine la responsabilidad del medio denunciado, el instituto podrá imponer las sanciones que en su caso, correspondan sin perjuicio de exigir al medio de comunicación la publicación o difusión correspondiente (“Estudia IFE regular derecho de réplica”2011).

Sin embargo, en un segundo momento, los concesionarios de los medios electrónicos de comunicación (“Concesionarios de radio y tv impugnan al IFE” 2011, 4), la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT),²⁷ la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) (“Comunicado AIR” 2011, 15) y otros analistas con fuerza política desplegaron ante la opinión pública una fuerte campaña sustentada en el postulado de que al IFE, como organismo autónomo, no le correspondía reglamentar en materia del derecho de réplica o la creación de una tercera figura de radiodifusión. Debido a estas fuertes presiones (Zuckerman 2011), el IFE modificó el proyecto original, elaborando una nueva propuesta en la que eliminó los puntos más polémicos y solamente introdujo las siguientes cuatro regulaciones:

- a) En el reclamo de la réplica se dará la misma extensión que se utilizó para difundir la información que causó molestia y será ejercida sólo por el sujeto aludido (“Frentes políticos” 2011). En este sentido, “cada respuesta ocupará el mismo espacio que la publicación o difusión que haya dado lugar a la controversia, por lo que ya no tendrán que pagar un eventual excedente del tiempo de la réplica” (“Ante críticas, el IFE hace otra propuesta para regular derecho de réplica en medios” 2011, 18).
- b) Se reconfirmó que

el derecho de réplica se hará valer exclusivamente frente a los medios de comunicación y en referencia

²⁷ Véanse “Impugnaré la CIRT nueva norma del IFE” (2011, 1); “Interpone la CIRT recurso masivo contra modificaciones al reglamento de radio y tv” (2011, 1); “La CIRT presenta recurso contra nuevo reglamento de radio y tv” (2011, 1-2); “La CIRT apela el reglamento de radio y tv del IFE” (2011, 11) y “La radio y tv. mexicana acuden al Poder Judicial Federal ante las arbitrariedades del IFE” (2011, 23).

a información vinculada a hechos difundidos en noticieros, artículos, editoriales, entrevistas, crónicas o programas informativos. Para ello, se diferenciará la existencia entre nota informativa y de opinión, con el fin de que se respete la vida privada de los candidatos y se brinde promoción a los programas de debate, en los noticieros, entre los aspirantes a cargos de elección popular, con estricto respeto a la libertad de expresión (IFE 2011, 1).

c) No procederá la exigencia de este derecho

cuando se trate de personas físicas o morales que proporcionaron la información a los medios de comunicación. Tampoco será reivindicable en referencia a información contenida en la propaganda político-electoral o gubernamental difundida en tiempos del Estado, pues en ese caso la queja será interpuesta directamente contra quienes difundieron dicha propaganda” (“Ante críticas, el IFE hace otra propuesta para regular derecho de réplica en medios” 2011, 18).

d) Para que se contara con fundamentos materiales para demostrar las supuestas violaciones cometidas, y ejercer el derecho de réplica, en los términos de la ley de la materia, el IFE pondrá a disposición pública de los candidatos interesados los resultados del monitoreo que se mencionan en el artículo 76, párrafo 8, del código, así como las grabaciones base de los mismos (DOF 2011).

Frente a tales propuestas jurídicas diversos sectores empresariales, especialmente los concesionarios de la radiodifusión, las califica-

ron como elementos de censura previa o de atribuciones extralegales del IFE, pero en el fondo fueron medidas que contribuyeron a la autorregulación y a la conciliación de los medios de comunicación en el terreno electoral, pues fue una medida aplicable sólo para el uso de precandidatos, candidatos y partidos políticos.²⁸

No obstante los intentos de la partidocracia para contar con su derecho de réplica unilateral vía el Reglamento de Funcionamiento de la Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, dicha normatividad fue cancelada el 14 de septiembre del 2011 por el TEPJF, pues consideró que los radiodifusores no podían cumplir las reglas para difundir los *spots* electorales en plazos más reducidos de uno o dos días (“El TEPJF da la razón a la CIRT y anula reformas sobre *spots*” 2011, 5). A pesar de esta sentencia, el TEPJF también aprobó que el IFE creara otro reglamento sobre la materia, en la medida en que realizara una consulta pública con todos los sectores involucrados y considerara los planteamientos que allí se expresaran.²⁹ El IFE lo ejecutó así y elaboró un nuevo reglamento sobre radio y televisión el 26 de octubre de 2011, en el que conservó la propuesta anterior sobre el derecho de réplica.

La actitud evasiva practicada por la clase gobernante hacia las garantías comunicativas ciudadanas básicas demostró que a los partidos políticos sólo les interesa asegurar su beneficio institucional y no respaldar los derechos básicos de los ciudadanos que han sido solicitados ante el Estado, muchas décadas antes que las demandas electorales de los candidatos en contiendas por la sucesión de poderes.

Ante estas circunstancias, debe preguntarse por una parte, ¿cómo es posible que los partidos políticos y los organismos ofi-

²⁸ Véanse Villanueva (2011); “El IFE prepara regulación al derecho de réplica por orden del TEPJF” (2011) y Turcott (2011).

²⁹ “Aprueba IFE el reglamento de radio y tv” (2011, 20); “Elabora el IFE nueva reforma al reglamento de radio y tv” (2011, 14).

ciales electorales afirmen que se está en la fase de las reformas político-electorales de la tercera generación, y todavía no se hayan reglamentado de manera efectiva garantías tan fundamentales como el derecho de réplica para los ciudadanos, que no es sino la devolución más elemental del habla al pueblo para participar en los procesos políticos, y por lo tanto, es un ingrediente insustituible para la edificación de la democracia en México? Por otra parte, también es indispensable cuestionar ¿cuántas generaciones de reformas sofisticadas sobre procedimientos electorales tienen que pasar en el país para que la clase política esté dispuesta a regular a favor de los habitantes, esta garantía universal consagrada en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en la Constitución mexicana, que es uno de los elementos sustantivos sin el cual no se puede cimentar una democracia de calidad?

Frente a esta situación de desprecio histórico de los partidos políticos hacia la ciudadanía, pareciera que dichas instituciones no van a cambiar a partir del seguimiento de bases éticas, idearios institucionales o principios humanistas democráticos, sino que sólo van a transformarse a partir de la presión estratégica que ejerzan los diversos grupos sociales sobre éstos. Los ciudadanos no deben confundirse: no es posible crear una mínima atmósfera democrática sin la aplicación efectiva del derecho de respuesta del aludido, del afectado o del votante, pues de lo contrario lo único que se crea nuevamente es el burdo autoritarismo tradicional de los partidos pero ahora disfrazado de “democracia posmoderna”!

Por ello, pese a que el Estado mexicano sostiene constantemente que ya se ha alcanzado la etapa del desarrollo de la modernidad y la posmodernidad, especialmente política, en la realidad cotidiana, en materia de derechos comunicativos, se está ante un modelo de comunicación esclavista en el que sólo el amo tiene derecho a hablar, verticalmente, y los esclavos se callan, sin contar siquiera con el derecho de respuesta. Frente a ello, el Estado mexicano debe

reflexionar que si no permite que se creen los cauces para que la sociedad responda, hable y participe vía los medios de información en el espacio público mediático, para exponer sus necesidades, no deberá sorprenderle que las comunidades tomen, de forma pacífica o violenta, las calles, avenidas, periféricos, instituciones, etcétera o realicen actividades clandestinas, enfrentamientos directos, desobediencia civil, levantamientos radicales, insubordinación ciudadana, como instrumentos para poder expresarse ante el sistema de poder establecido.

De aquí la necesidad urgente de construir nuevas bases conceptuales, políticas y jurídicas para alcanzar el reconocimiento y ejercicio de los derechos comunicativos elementales de la ciudadanía en la transición pacífica a la democracia a principios del siglo XXI en México.

LA RESTRICCIÓN A LA PLURALIDAD POLÍTICA

3. Al autorizar el corazón de la reforma electoral que sólo los partidos políticos fueran los únicos actores calificados para hablar sobre política en las etapas de sucesión electoral, a través de la propaganda mediática, y obstruir la expresión de cualquier otro sector de la sociedad civil organizada, se atentó fuertemente contra la garantía de libertad de expresión y al derecho a la información que les corresponde ejercer, constitucionalmente, a todos los ciudadanos. En la regulación de este proceso es importante destacar que la frontera existente entre la propaganda política y la libertad de expresión se presenta un límite muy delgado que complicó mucho la discusión y la reglamentación de esta realidad, pues cuando en su momento fue reglamentado dicho ámbito se argumentó, por una parte, que si se limitaba la participación social se violaban las garantías individuales de los ciudadanos; y por otra, que si no se hacía se permitía que el reinado salvaje de los poderes fácticos comunicativos manipularan la realidad simbólica a favor de sus intereses.

Así, en aras de callar a los poderes fácticos mediáticos, que en los anteriores procesos electorales cometieron muchos abusos, y para evitar que este fenómeno desigual se volviera a revertir contra la clase política, se sacrificaron el principio y el derecho de libertad de expresión de toda la sociedad, en lugar de buscar otras alternativas regulatorias puntuales que sólo afectarían a los actores políticos arbitrarios mediante la realización de una reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión. Con ello, se generaron nuevas inequidades políticas muy importantes, que era lo que la reforma buscaba evitar (Ugalde 2009, 17-8).

Tal directriz restrictiva sobre la injerencia de la sociedad fue una situación sumamente preocupante para la formación de la democracia en México, pues los partidos crearon las circunstancias para constituir una estructura partidocrática o un régimen autoritario con los mismos institutos ya existentes y, en consecuencia, mediante dicha herramienta jurídica éstos se podrán reproducir indefinidamente en la estructura de poder actual al no contar con sectores críticos que se opongan a ellos o formulen otras alternativas de representación popular, vía los medios de difusión colectivos. En lugar de permitir la clase política que el *espacio público* fuera abierto, plural, contestatario, crítico y se enriqueciera con reglas transparentes que facilitarían la participación de todos los sectores civiles, lo que la reforma construyó fue un sistema jurídico que los reforzó como grupos en el poder frente a la crítica social y ante las nuevas participaciones ciudadanas, con lo cual se fortificaron la impunidad y el abuso de estos sectores partidistas sobre la población.

En este sentido, en una intención frustrada por evitar la inequidad en las campañas y pretender conservar un aparente equilibrio y un ficticio respeto de los derechos ciudadanos, el *Estado parti-*

*docrático*³⁰ sólo le permitió a la sociedad expresarse vía artículos periodísticos, pancartas, empleo de mantas, pintas en las bardas, manifestaciones callejeras, uso del ciberespacio, entre otros, para hacer valer su libertad de expresión, pero imposibilitó a los ciudadanos para que pudieran comprar tiempo en radio y televisión con el fin de expresar sus intereses, demandas y críticas públicas a los contendientes y los procesos institucionales adoptados. Con esta estrategia grotesca, el Estado partidocrático justificó públicamente que no actuó autoritariamente ante los ciudadanos, pues no impedía la expresión de los habitantes, sino que sólo regulaba su exposición en los grandes medios electrónicos.

De esta forma, desde su origen, la elaboración de la reforma electoral estuvo mal planteada, pues surgió fundamentalmente desde la lógica de la defensa de los intereses de los partidos frente al poder de los monopolios mediáticos y no desde la necesidad de crear una mejor cultura política permitiendo la participación de la sociedad, para que junto con los candidatos oficiales discutieran los grandes problemas de la agenda nacional.

Por ello, dentro del reconocimiento democrático de los derechos ciudadanos básicos de la sociedad mexicana a principios del siglo XXI, particularmente en los momentos electorales, es necesario resaltar con gran énfasis que dicho proceso de liberación comunicativa no puede realizarse de manera inconsciente, debido a los

³⁰ El *Estado partidocrático* es aquella realidad rectora del poder nacional que se caracteriza por construir su gobernabilidad dándole sólo juego a los partidos políticos y no a los ciudadanos, pues considera que los partidos son las únicas entidades que representan eficientemente a la población y, en consecuencia, no deben existir otras figuras de representatividad pública que no sean los partidos políticos. Es un Estado que pertenece a la fase de la democracia liberal que tuvo su auge en el siglo XX, con su respectiva erosión, fracaso y deslegitimación de la política en todos los órdenes de gobierno; y no corresponde a la etapa de la democracia ciudadana que requiere nuevas formas de representación colectiva en el siglo XXI.

riesgos que esto podría conllevar con el actual funcionamiento de la estructura concentradora, vertical, autoritaria, discrecional, etcétera, con la que cotidianamente operan los medios de información masiva en México desde hace décadas. De lo contrario, sería totalmente ingenuo y peligroso pensar que se puede tener candidatos ciudadanos independientes por el sólo hecho de abrir mecánica e indiscriminadamente el acceso de la ciudadanía a los medios de información social, pues es obvio que para salvaguardar sus intereses los poderes fácticos mediáticos lucharán por imponer a sus propios aspirantes presentándolos como “ciudadanos independientes”. Con ello, podría constatarse que, por un lado, serían las figuras del *star system* los postulantes “autónomos” con mayor éxito social, pues naturalmente dichas figuras quedarían representadas por los actores más populares, los cómicos más exitosos, los conductores con mayor carisma, los artistas más renombrados, las *vedettes* más atractivas, los representantes de la farándula más provocativos, entre otros, de los consorcios oligopólicos de la información masiva; y por otra, algunos sujetos simpatizantes incondicionales de los intereses de la comunicación oligopólica, y no los pretendientes que representarían orgánicamente a la sociedad civil marginada.

Con el fin de esquivar tales riesgos de la apertura democrática a través de la comunicación política, ahora es necesario revalorar la esencia de la democracia mediante el reposicionamiento del ejercicio de los derechos ciudadanos globales, en especial los comunicativos, pero regulando puntualmente su participación representativa en los periodos electorales para evitar que se repitan los abusos que en el pasado cometieron los monopolios mediáticos con el fin de presionar a los partidos y a la sociedad en general. Así, el *Estado ciudadano*³¹ debe reconstruir los derechos de los habitan-

³¹ Es aquella entidad rectora de poder legitimado en el ámbito nacional que gobierna para atender las necesidades de desarrollo global de la mayoría de

tes por medio de facilitar la libre interacción reglamentada de los individuos en el *espacio público mediático* y no sólo conceder todas las facilidades incondicionales para la acción unilateral de los partidos políticos o de las empresas oligopólicas de la comunicación, en las etapas de renovación de poderes públicos.

Esta acción compensatoria del lugar de los ciudadanos en el espacio público mediático es particularmente estratégica realizarla con urgencia, cuando se constata que en la actualidad los pobladores están excluidos en todos los marcos legales de la radiodifusión mexicana para participar en los espacios de expresión del sistema de comunicación nacional.

En este sentido, en el debate actual sobre cómo construir la democracia en el México moderno del siglo XXI, es sumamente importante subrayar que por ningún motivo se debe pensar cándidamente que para construir la nueva pluralidad política en México hay que regresar a otorgar neutralmente espacio, tiempo, recursos y estrategias comunicativas a los poderes fácticos mediáticos, pues eso sería volver a producir un enorme retroceso histórico ante los logros ya avanzados políticamente; pero tampoco se puede pensar que la construcción de la democracia se dará entregándole un gigantesco poder de difusión electoral al conjunto de los actuales partidos políticos, ya que en los hechos estas instituciones han demostrado que tampoco representan a la sociedad, sino que sólo luchan por robustecer sus intereses particulares de fracciones en el poder.

Debido a ello, después de la celebración del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución mexicana, el gran desafío para la construcción de la verdadera democracia sustantiva en nuestra República será rescatar la dinámica perdida de construir el gobierno del pueblo para el pueblo, y no el gobierno de fracciones

los habitantes y no sólo se dedica a solucionar los grandes intereses que permiten la reproducción de los grupos dominantes en el poder.

económicas o políticas para la defensa de sus beneficios privados. Para la reconstrucción de esta nueva relación, es fundamental que la sociedad cimente nuevas estrategias comunicativas colectivas que permitan que los diversos sectores sociales participen en el nuevo espacio público mediático, para discutir sistemáticamente el proyecto global de desarrollo nacional en todas sus áreas de funcionamiento y evitar que éste se imponga unilateral y autoritariamente por los sectores oligárquicos gobernantes al resto de la población.

Siendo que los tiempos de Estado son un bien público que corresponde ser utilizado por toda la sociedad porque, en última instancia, ésta los paga a través de sus impuestos y el Estado simplemente los administra distribuyéndolos institucionalmente, es indispensable que en la construcción del nuevo modelo de comunicación política nacional se le otorgue a la sociedad civil organizada 60% de esos tiempos para que —vía los medios de difusión colectivos— ésta analice, polemice, critique y proponga ante los partidos políticos y ante el conjunto de las comunidades nuevas alternativas sobre el proyecto de crecimiento que se desea seguir. De esta forma, con la apertura de los tiempos oficiales en los periodos electorales no sólo participarán los partidos con la difusión de su propaganda, sino también intervendrá la sociedad civil establecida, lo cual permitirá edificar una democracia de mayor calidad y profundidad en México.

4. La Constitución política mexicana señala en su artículo 2 que:

la nación mexicana tiene una composición pluricultural sustentada originalmente en sus pueblos indígenas, que son aquellos que descienden de poblaciones que habitaban en el territorio actual del país al iniciarse la colonización y que conservan sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas

[...]

reconoce y garantiza el derecho de los pueblos y las comunidades indígenas a la libre determinación y, en consecuencia, a la autonomía para decidir sus formas internas de convivencia y organización social, económica, política y cultural y a elegir de acuerdo con sus normas, procedimientos y prácticas tradicionales, a las autoridades o representantes para el ejercicio de sus formas propias de gobierno interno, garantizando la participación de las mujeres en condiciones de equidad frente a los varones, en un marco que respete el pacto federal y la soberanía de los estados (CPEUM 2010).

No obstante lo anterior y considerando que en el país existen más de 11 millones de indígenas, la reforma electoral de 2007 no permitió que se respetaran tales preceptos constitucionales e impidió que los pueblos indios tuvieran sus propios representantes en los procesos electorales, sino que tuvieron que quedar personificados por alguno de los partidos políticos dominantes, aunque estas instituciones no establecieran ninguna vinculación sustantiva con dichas poblaciones nativas.³²

LA ANEMIA DEMOCRÁTICA

5. Es muy importante hacer conciencia de que aunque la reforma electoral tuvo avances importantes frente a los problemas de debilidad democrática que existían hasta el año 2007 en el país, esta iniciativa no abrió fundamentalmente la oferta democrática de la sociedad, pues sólo permitió que se eligieran opciones electorales

³² Para ampliar este caso véase Narváez (2010).

dentro de la oferta de los partidos políticos ya existentes. Sin embargo, lo paradójico es que la oferta de los partidos es muy poco democrática, pues todos padecen de comportamientos antidemocráticos ante la sociedad y, aun así, sólo se puede elegir a éstos. Por ejemplo, todos los partidos han evitado que existan otras vías ciudadanas de participación electoral que no sean las partidistas; no obstante que ellos mismos aprobaron la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. Tales instituciones se han opuesto a que se les aplique la misma normatividad para que estén obligados a rendir cuentas a la sociedad de sus gastos institucionales; los legisladores se han opuesto a la reglamentación del derecho de réplica, que es el derecho para que la sociedad pueda responder públicamente a las instancias de poder; al mismo tiempo que los partidos exigen democracia hacia fuera, éstos practican reglas autoritarias para designar a sus miembros internos; mientras que los partidos exigen a los ciudadanos que sean más productivos cada año, los políticos se destacan por tener una bajísima productividad legislativa en la generación de leyes; la mayoría de los partidos optan por desgastarse en luchas internas, y no en atender la resolución de los grandes problemas nacionales; todos los partidos practican el abuso presupuestal para dotar a sus miembros de la mayor cantidad de recursos privilegiados a costa del bienestar del resto de la sociedad; al mismo tiempo que los partidos aprueban cíclicamente las reformas fiscales en el Congreso para que la población pague cada vez más impuestos, ellos están exentos de cubrir los mismos; mientras que a la población se le aumenta cada año sólo el salario mínimo, los legisladores se incrementan su ingreso de manera desproporcionada; los partidos realizan todo tipo de alianzas electorales perdiendo las características de sus idearios o plataformas ideológicas, que es lo que los diferencia democráticamente de otros partidos, etcétera.

En este sentido, el modelo de democracia que construyó la reforma electoral en México, fue la creación de un procedimiento

jurídico para asegurar que los ciudadanos sean libres para elegir las opciones que deseen dentro del margen de opciones corruptas y desnaturalizadas que ofrecen los partidos políticos, y no para introducir otras opciones ciudadanas nuevas: es la libertad para elegir entre la variedad de ofertas de corrupción existentes.

6. Contrario al espíritu democrático que, en última instancia, es la dinámica que tendrían que haber promovido los procesos electorales del 2009 vía el nuevo modelo de comunicación política que introdujo la reforma electoral, el espacio mediático en el terreno político quedó conformado con muy pocas voces y, en consecuencia, con reducidísimos ángulos de apertura y pluralidad. Por ello, el universo de discusión de las temáticas de la agenda nacional se restringió sustantivamente para sólo abordar de manera superficial unos cuantos temas cliché que se reflejaron en la propaganda partidista y que pasaron por el filtro ideológico de los intereses de los partidos políticos, sin retomarse los hechos fundamentales que les preocupaban a los ciudadanos.

EL PROTOTIPO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA BASADO SOBRE EL MODELO COMERCIAL

7. A lo largo de diversas contiendas electorales, los partidos políticos mexicanos criticaron severamente el modelo de operación de la televisión comercial y la aplicación de los sistemas de propaganda del *marketing* político estadounidense, 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 y abundantísimo a los espacios oficiales de difusión en las elecciones intermedias de 2009, —vía el aprovechamiento de los tiempos de Estado que les proporcionó la reforma electoral de 2007—, en ese momento dejaron de ser críticos con dicho esquema privado mercantil y

adoptaron con sumisión 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 aseguraron sistemáticamente en el pasado 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 submodelo 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 casino³³ para promover su imagen, reemplazando la difusión de ideas y propuestas racionales para enfrentar los grandes desafíos nacionales urgentes que debían de resolverse.³⁴

En este sentido, pese a contar con un marco normativo muy 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, su raquitismo representativo y su extravío social, y construyeron la conciencia política de los ciudadanos retomando la práctica mercadológica comercial para la

³³ Para profundizar en las características del modelo de comunicación casino, véase Esteinou (2009).

³⁴ El fenómeno de 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 de 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, María 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” (Reforma 2010).

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 qué 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 elector, pues los veían todos los días y se les aparecían en todos los horarios (Toussaint 2009, 70).

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 actores televisivos 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 del espectáculo ya fuera como propagandistas o como candidatos, en última instancia, los partidos políticos comprobaron que lo que les interesaba era ganar votos y elecciones a costa de lo que fuera. Para ello, hicieron a un lado a sus militantes de muchos años e incorporaron a personas famosas del mundo de la farándula, 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 Congreso (Toussaint 2009, 70).

Con esta estrategia, los partidos no pretendieron convencer a los votantes con la discusión de planteamientos ideológicos de

fondo, que era lo que demandaba la severa crisis 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 *glamour* de los íconos de figuras públicas reconocidas ampliamente. Así, por ejemplo, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), contrató a Lilia Aragón, Karla Marqueda, (profesionales de Televisa Monterrey) y Omar Fierro y Mariana Ochoa (actores de televisión) (“De los reflectores a la política” 2009). El Partido Acción Nacional (PAN) vinculó su representación con Carlos Hermosillo (ex futbolista), Fernando Platas (campeón clavadista internacional), Místico (luchador de la Arena México) y con Iridia Salazar (campeona olímpica de taekwondo)³⁵ para promocionar su imagen. El Partido Verde Ecologista de México (PVEM) contrató a Raúl Araiza (actor de la telenovela *Gancho al Corazón* de Televisa) y Maite Perroni (actriz del “Canal de las Estrellas”).³⁶ El Partido Social Demócrata (PSD) 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).³⁷ El Partido de la Revolución Democrática (PRD) se presentó con Ana Guevara (vencedora olímpica en atletismo) y con la niña Mariana (protagonista infantil de nueva creación).³⁸ El Partido del Trabajo (PT) fue caracterizado por Claudia Pichardo, mejor conocida en la opinión

³⁵ Véanse “Recurre el PAN a deportistas” (2009); “Sin *espots* el PAN arranca su campaña” (2009) y “Embiste *Místico* contra indecisos” (2009).

³⁶ Véanse “Usar artistas en *espots* es un fraude para electores: Navarrete” (2009); “Revela Araiza: Televisa me invitó a la campaña” (2009); “Critican que Televisa *alquile* sus actores a partidos” (2008); “De los reflectores a la política” (2009); “Abanderan con convicción causas ecologistas” (2009); “Lamenta Maite abstencionismo” (2009).

³⁷ Véanse “Apuntalan *spots* guerra electoral” (2009) y “De los reflectores a la política” (2009).

³⁸ Véanse Toussaint (2009, 70) y “Sigue la niña Mariana en los *spots* del PRD” (2009).

pública como la Bombón Grupera (cantante) (“De los reflectores a la política” 2009), etcétera.

En cuanto al plan de contenidos de los mensajes políticos en los medios abiertos, el PAN centró la sustancia de sus mensajes ideológicos en la lucha contra el narcotráfico, no obstante que era una estrategia gubernamental fracasada. El PRI basó sus propuestas en exaltar y recobrar su antigua experiencia para gobernar el 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 socialmente al organismo político. El PVEM, contrariamente a su plataforma de principios humanistas, paradójicamente, centró su campaña en la promoción de la pena de muerte a secuestradores, otorgar vales para medicinas, facilitar bonos para clases de inglés y computación (“De los reflectores a la política” 2009). La alianza entre Convergencia y el PT cimentó de modo narcisista su campaña de propuestas en la figura mesiánica de López Obrador, que expuso tesis vagas y mínimas sobre el rescate de la nación, etcétera (Toussaint 70).

Así, desde el punto de vista de la construcción de la gobernabilidad, puede decirse que en la proporción en que los partidos políticos necesitaron acudir 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 su fragilidad, vacío, quiebre y el fracaso que experimentan como órganos públicos de representación popular y de dirección nacional, pues dependieron del *glamour* y del maquillaje publicitario para alcanzar con éxito sus objetivos, y no de la fuerza de sus ideas y propuestas de gobierno innovadoras para cautivar e inducir a los electores.

La sociedad mexicana no necesita partidos políticos con “modelos de comunicación de los antros”, sino que requiere partidos éticos comprometidos con la construcción de prototipos de comu-

nicación ciudadana que eleven el nivel de conciencia de los sujetos, para contribuir a la resolución de los grandes conflictos de la agenda nacional. De lo contrario, de no contar con este posicionamiento de intervención ciudadana, tendría que afirmarse que no sólo la telecracia es un obstáculo para la edificación de la democracia en el país, sino también —contrariamente a lo que ha dicho la clase política sobre sí misma— 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 México para posicionar a los Juegos Olímpicos de Atenas, Grecia, en 2004, donde para capturar la atención de los espectadores no recurrieron a la simple emoción y desafíos que se derivaron del espíritu olímpico de cada competencia deportiva en sus múltiples versiones, sino que también apostaron por el *glamour* de artistas, cómicos, conductores, comediantes, etcétera, para capturar el *rating*. Particularmente el duopolio televisivo se apoyó en la fórmula deporte-espectáculo, que sustituyó 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 obtuviera 18 millones de dólares y Televisión Azteca 23, de ganancias por sus transmisiones olímpicas.³⁹

Así, por ejemplo, el poder mediático acudió a la popularidad de los personajes Brozo (Víctor Trujillo), Eugenio Derbez y el Hooligan (Andrés Bustamante), a la fama de los artistas Angélica Vale, Omar Chaparro, la Tessorito, y el Compayito, de los deportistas Julio

³⁹ “Grotresco espectáculo de televisoras” (2004, 3) y Meléndez (2004, 6).

César Chávez (boxeador), marionetas como los Peluches, etcétera, que abusaron de expresiones corrientes como “nacós”, “bebas”, “perejilas”, “tachiditos”, “compayitos”, albures, etcétera, para promocionar los Juegos Olímpicos, e incluso llegaron al extremo de provocar conflictos diplomáticos con el país sede por el uso de esta corriente estratégica informativa que ridiculizó a la milenaria cultura griega para intentar ganar más *rating*.⁴⁰

Por este motivo, no obstante que se difunden de manera excesiva las campañas

la población no se da en rigor por enterada del proceso electoral, sabe que se produce y lo registra como molestia visual o show aparentemente gratuito, pero no afecta su vida cotidiana como sucesión de hechos políticos (Monsivais 1985, 12).

⁴⁰ La ofensa a la cultura griega fue constante a lo largo de la transmisión televisiva. 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 el chaparrito de enfrente’. ‘Virgen del Perpetuo Socorro, que Toño (de Valdez) ya no sea tan pedorro’, 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 2004, 4-5).

Con ello, una vez más, los partidos demostraron que la política fue concebida como una simple mercancía informativa más, que había que venderse urgentemente para conquistar adeptos, y no como un proceso de sensibilización y reflexión para lograr la vinculación cercana de la clase política con la población para atender sus requerimientos fundamentales de supervivencia.

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 los partidos ante los ciudadanos, y no mediante un serio y responsable trabajo de acercamiento con la ciudadanía para atender sus necesidades fundamentales de supervivencia.⁴¹ 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 la política y la realidad elemental de los habitantes de la nación, lo cual nuevamente, a largo plazo, intensificará la crisis de la política en México.

LA RIGIDEZ PROPAGANDÍSTICA

8. El modelo de difusión de información política que introdujo la reforma electoral de 2007 y su Reglamento de Funcionamiento de la Radio y Televisión de 2008, no sólo carecieron de una dinámica de comunicación elemental entre las partes involucradas, sino que conllevó una gran rigidez de transmisión informativa, pues el tiempo que debía transcurrir entre la fase en que los partidos políticos

⁴¹ Para analizar el preámbulo de la actual crisis política en México, véase Revueltas (2009, 219-33).

producían materialmente sus *spots*, se enviaba a las televisoras y éstas lo difundían masivamente a la sociedad, pasaban entre 5 y 14 días. Esto ocasionó que el proceso de interacción política, que se gestó entre partidos y sociedad, mediante los instrumentos de comunicación electoral, se convirtiera en una dinámica sumamente desfasada, lenta, rígida y atemporal ante los hechos que sucedían en la lucha por la sucesión electoral.

Ello debido a que no se podía contestar o contraponer con rapidez y agilidad una nueva información publicitaria o respuesta frente a un posicionamiento propagandístico específico de algún partido que se pronunciara sobre un determinado tema o problema, pues para ser difundido colectivamente el nuevo mensaje de reacción tendría que esperar entre 5 y 14 días para que fuera transmitido a las comunidades nacionales por los tiempos oficiales del Estado. Así, fue un prototipo de difusión de comunicación política muy lento, cuyos mecanismos de operación no permitieron la presentación versátil de propuestas y de contrastes entre ellas.

De esta forma, la estructura comunicativa que diseñó la reforma electoral, especialmente con los mecanismos ultrarreguladores sobre la propaganda, ocasionaron que

los partidos no pudieran responder con oportunidad a las exigencias del dinamismo propio de una campaña. De esta manera, la censura que implica la prohibición de campañas que “denigren” las instituciones y las lagunas en la ley se convirtieron en un incentivo para practicar tres conductas recurrentes: Primero, arriesgarse a contravenir las normas que ellos mismos aprobaron bajo el principio de que es posible que no me pesquen, si me pescan puedo litigar el caso y evitar la sanción, si me sancionan sigue siendo rentable mi acción porque palo dado ni Dios lo quita. Segundo, judicializar toda disputa. Y tercero, buscar compromisos con las

televisoras para gozar de una mayor exposición mediática (Casar 2009, 70).

Por este motivo, el IFE creó en 2011 un nuevo Reglamento de Funcionamiento para la Radio y la Televisión en Periodos Electorales, en el cual se hacían más ágiles las campañas electorales al reducir los tiempos para transmitir los *spots* político-electorales. Así, en el artículo 41, inciso 3, determinó que el periodo que podía existir entre la entrega de los mensajes de campaña electoral y la transmisión de los mismos por los concesionarios y permisionarios de radiodifusión, sería de dos días hábiles cuando los *spots* fuesen entregados físicamente en el domicilio de cada radiodifusora o televisora, y de tres días cuando fuesen enviados por vía electrónica o satelital. De esta forma, se redujo significativamente dicho lapso convirtiendo a las campañas en mecanismos más versátiles y dinámicos para la interacción política (DOF 2011).

Frente a tal avanzada iniciativa del IFE, los concesionarios de la radiodifusión se ampararon ante los tribunales de derecho con 600 recursos de apelación, sosteniendo los siguientes cinco argumentos: las empresas privadas no contaban con capacidad técnica para incorporar los *spots* dentro de su programación con esa anticipación tan apremiante en los tiempos de campañas y precampañas; los empresarios no habían sido consultados por el organismo normador; el IFE no tiene probado ningún sistema para el envío de *spots* a la radiodifusión mexicana; el proyecto no contó con estudios técnicos concretos que respaldaran esa decisión; y, finalmente, que esta situación ponía en peligro las futuras elecciones en el país.⁴²

⁴² Véanse “Comunicado de la CIRT” (2011, 17); “Presentan PRI y PVEM recurso contra reglamento de radio y tv” (2011, 13); “Concesionarios de radio y tv impugnan al IFE” (2011, 4); “Impone la CIRT recursos masivos contra modificaciones al reglamento de radio y tv” (2011, 1) y “CIRT presenta recurso contra nuevo reglamento de radio y tv” (2011, 41).

Sin embargo, pese a tales fundamentaciones, paradójicamente, en diversas ocasiones anteriores cuando se trató de hacer negocios las empresas de televisión requirieron de solamente un día, o incluso pocas horas, para difundir un *spot* que representaba una jugosa remuneración financiera para el medio (AMEDI 2011, 1). Por ejemplo, en las elecciones de 2006, cuando los partidos tenían que pagar directamente a las televisoras la propaganda política de sus candidatos, siempre se pudieron cambiar en el mismo día (“Llama Corral a cerrar filas con el IFE para restituir los cambios...” 2011) o incluso cuando las empresas “Televisa y Televisión Azteca ofrecen a sus clientes sus planes comerciales les aseguran que pueden poner al aire sus *spots* el mismo día que se los proporcionen” (“Niega magistrado sumisión a concesionarios de radio y tv” 2011, 10).

Ante dicha situación polémica, el 14 de septiembre de 2011, el TEPJF revocó por unanimidad de los siete magistrados el Reglamento de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, otorgando la razón a la CIRT, al PRI y al PVEM. Su argumento central se basó en que más de 2,300 concesionarios aseguraron que no podían cumplir con tal reglamentación y que el IFE no contó con el debido “sustento técnico razonado” que demostrara que la mayoría de los radiodifusores sí podían realizar tal operación en los tiempos propuestos por la institución gubernamental (“Niega magistrado sumisión a concesionarios de radio y tv” 2011, 10).

Con ello, el TEPJF demostró una escandalosa y alarmante muestra de sumisión al poder mediático de la radio y la televisión, pues retomando los mismos argumentos superficiales de la CIRT consideró que el reglamento era ilegal porque el IFE no consultó a los concesionarios ni ofreció estudios técnicos para establecer los nuevos plazos de transmisión de los mensajes. Así, se canceló el nuevo marco legal de 2011, y el mapa jurídico para normar las futuras elecciones en México será el viejo modelo de comunicación política de 2008, hasta que el IFE cree otro marco normativo sobre

el mismo y sea aprobado (“El TEPJF da la razón a la CIRT y anula reformas sobre *spots*” 2011, 5).

En este sentido, más allá de las peculiaridades técnicas y jurídicas, esa resolución manifestó, por una parte, la ausencia de argumentación consistente del TEPJF para demostrar constitucionalmente la carencia de fundamentos del IFE para aplicar su propuesta de reducción de lapsos de difusión propagandística; por otra, reflejó nuevamente una inaceptable rendición de los magistrados ante la influencia de los chantajes de los concesionarios, particularmente de las televisoras; por otra, anuló el derecho de réplica de los candidatos políticos; y finalmente, canceló un nuevo régimen de transmisión aplicable a las radios comunitarias.⁴³ Esto demostró que los monopolios de la radiodifusión, a través de sus representantes legales en las estructuras de la justicia formal, no están dispuestos a aceptar la aprobación efectiva de los derechos comunicativos básicos de la población que han sido demandados en el país durante muchas décadas, como son el derecho de réplica, a la ágil comunicación, a la comunicación alternativa y el derecho a la pluralidad informativa, especialmente en las fases electorales.

En dicha sentencia el TEPJF destacó que IFE podría restablecer dicho reglamento siempre y cuando convocara a una consulta abierta entre todos los interesados para que vertieran sus puntos de vista sobre esta situación y tomara en cuenta sus observaciones. Siguiendo esta directriz, el IFE realizó tal sondeo “solicitando la opinión a más de 2,319 concesionarios y permisionarios, cinco organizaciones y 21 instituciones públicas y grupos especializados” (“Aprueba IFE Reglamento de Radio y tv” (2011, 20).

En esta consulta participaron diversos sectores de los medios independientes y de la sociedad civil, exponiendo los argumentos

⁴³ Véanse “TRIFE echa atrás reglas sobre spots. El Tribunal indica que quedarán vigentes lineamientos de 2008” (2011) y AMEDI (2011, 1).

por los cuales se consideraba que era una aportación democrática relevante la reducción de los tiempos para difundir los mensajes de las campañas electorales (“Elabora el IFE nueva reforma al reglamento de radio y tv” 2011, 14). Mediante las intervenciones de la sociedad civil en este evento, se desnudaron con pruebas y experiencias sólidas las falsedades que manejaron los grupos monopólicos de la radiodifusión que plantearon que cuando se trata de obtener un negocio lucrativo sí se puede reducir el tiempo para difundir la publicidad comercial; pero si se trata de la difusión política para informar mejor a la ciudadanía, con el fin de ejercer un voto más racional, entonces no es posible hacerlo en menos tiempo.

Después de la consulta con diversos sectores de la sociedad, el IFE elaboró el nuevo Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, incluyendo las correcciones técnicas y jurídicas señaladas por los participantes, conservando las principales directrices iniciales que ya se tenían sobre la transmisión de los *spots* en periodos de precampañas y campañas, mediante los tiempos oficiales. Sin embargo, paradójicamente, entre los cambios introducidos por el IFE, éste cedió a las presiones de los industriales de radio y televisión, y autorizó que se diera un plazo de excepción de cuatro días a las grandes cadenas de medios electrónicos, en lugar de tres, para cumplir con el reglamento cuando se trate de estaciones que operan en una entidad distinta a la que opera su emisora central. Ello representó un trato privilegiado sin sustento jurídico ni técnico para los monopolios de la comunicación masiva, particularmente Televisa y TV Azteca, que son las empresas que cuentan con más recursos materiales y logísticos para cumplir con dichos preceptos electorales.⁴⁴

⁴⁴ “Aprueba IFE el reglamento de radio y tv” (2011, 20) y “Elabora el IFE nueva reforma al reglamento de radio y tv” (2011, 14).

EL USO DEL MODELO DE LA “AGUJA HIPODÉRMICA”

9. Como nunca antes en toda la historia de la ideologización partidista en México, en las elecciones intermedias de 2009 los partidos políticos contaron con la mayor infraestructura de información y de apoyos logísticos de toda la historia de la comunicación política nacional para difundir sus mensajes proselitistas en el país. Así, gracias a la avalancha de tiempos oficiales que les otorgó la reforma electoral, sin considerar la propaganda subterránea que ilícitamente también utilizaron dichas instituciones a lo largo del proceso electoral, los partidos políticos transmitieron a la población más de 33 millones de reproducciones de *spots* entre campañas y precampañas electorales.

Pese a todos estos apoyos informativos, las organizaciones políticas demostraron una enorme pobreza, irresponsabilidad, superficialidad, incapacidad, desvirtuación y banalidad en su proceso de comunicación para vincularse con la población, pues contando con todos los recursos que les otorgó el Estado no crearon nuevas relaciones comunicativas, discusiones partidistas, riqueza de ideas, apertura a la ciudadanía, alternativas de solución de fondo a las grandes contradicciones del crecimiento nacional, etcétera; sino que sobre todo apostaron por el uso de los efectos de la mercadotecnia político-electoral para legitimarse institucionalmente y captar simpatizantes. De esta forma, los partidos políticos utilizaron acriticamente el modelo de información de la aguja hipodérmica, que se caracterizó por difundir un océano de más de 323 millones de reproducciones de *spots* propagandísticos, suponiendo que por el hecho de la simple transmisión de los mismos estaban cumpliendo con su “vocación político-electoral” y la población los asimilaría en automático y sin resistencia, comportándose funcionalmente de forma positiva con base en ellos.

En este sentido, a comienzos de la segunda década del siglo XXI, no obstante contar con una nueva reforma electoral, los partidos

políticos fueron incapaces de superar el diagnóstico que hace 26 años señaló Carlos Monsiváis, cuando en 1985 escribió que:

las campañas electorales son muy flojas, no se notan, no son siquiera tema de conversación, no interesan[...] En medio de una crisis que exige respuestas colectivas, las campañas, en casi todas partes, parecen deshabitadas. Son una voz que declama en el desierto: mítines que asemejan candorosamente a recitales de poetas jóvenes; postes que cubren sus vergüenzas con propaganda pésimamente impresa; bardas donde la calidad de la pintura blanca se deja afean por nombres jamás retenibles; volantes idénticos a los que ensalzan la inauguración de la panadería del rumbo; folletos concebidos mercadotécnicamente donde el partido, es la mercancía y el elector es el comprador; señoras y señores muy afables que se identifican, sonríen, invitan a la toma de conciencia y desaparecen seguros de que hacer política es apretar bien la mano, con rapidez cálida; festivales con aire de Televisa (cortesía del PRI) y reminiscencias de peña folclórica (cortesía de la oposición); consignas que debieran informar, radicalizar, incitar y alebrestar a quienes las ven de reojo y de prisa (Monsiváis 1985, 10-11).

Así, el Estado y la clase política mexicana optaron por la elección del modelo de difusión mecanicista y unilateral de la aguja hipodérmica, que plantea que a más mensajes transmitidos, se logra proporcionalmente la misma cantidad de comportamientos sociales favorables o en sintonía con los contenidos difundidos. Desde el punto de vista político esta realidad cobró especial importancia en el país cuando se constató que

de la misma manera que los adultos, 6 de cada 10 jóvenes se informan y enteran por la televisión, y 2 de cada diez por

los diarios. En este sentido, se comprueba que la principal escuela de la política son los medios de comunicación. Así, 4 de cada 10 ciudadanos acepta que lo más importante que ha aprendido sobre la política ha sido en los medios, 2 de cada 10 con sus padres, y menos de 2 de cada 10 en la escuela. La socialización política más importante es la mediática (Aziz y Alonso 2009, 161).

Con dicho modelo de propaganda unilateral, que permitió realizar la reforma electoral, se acentuó la existencia del modelo de los *partidos narcisos* o *ególatras*, es decir, de aquellas instituciones que mediante el uso de los tiempos oficiales del Estado construyen un espejo virtual en la radio y la televisión, donde sólo se miran a sí mismos y son incapaces de reflejar o contemplar en este marco de mirada a la sociedad, a la que representan y a la que se deben.

LA AUSENCIA DE COMUNICACIÓN PARTIDISTA CON LA SOCIEDAD

10. Opuesto a lo que afirmó el espíritu de la reforma electoral de 2007, en el sentido que dicha transformación normativa generaría procesos de comunicación electoral, lo que se incorporó en concreto sólo fue la instrumentación de diversos mecanismos legales para que los partidos políticos pudieran transmitir abundantemente a la población sus motivaciones electorales, pero no crearon procesos de comunicación bilateral mediante los cuales los partidos se comunicaran entre sí, las comunidades con los partidos y los partidos con los ciudadanos. De esta manera, fue la edificación jurídica de un sistema unilateral de difusión electoral del poder político, pero no de interacción colectiva entre la sociedad y la clase política.

Dentro de esta perspectiva, sean

mínimas o alegóricas las campañas, le entregan al aparato oficial lo único que cree indispensable: la combinación de un electorado y unas casillas. No en balde se han sacralizado las urnas como garantía interna y externa de la estabilidad y no en vano, también, se ha desvanecido el otro criterio básico de los regímenes democráticos (no que éste lo sea, pero no deja de afirmar que lo es): la capacidad y la práctica de la discusión (Monsiváis 1985, 11).

En este sentido,

si el despliegue de candidatos no llama la atención o no apasiona a las distintas colectividades del país es, sencillamente, porque en México, *en sentido estricto no hay campaña electoral*. Hay, sí, un catálogo de representaciones simbólicas, juegos de astucia, entregas abnegadas de tiempo y de voluntades, imposiciones del gobierno, deseos frenéticos de convertir la condición de gestor en el mayor ofrecimiento (voten por mí que yo iré en persona a pagarles las contribuciones), pero no son en rigor el espacio, donde los partidos y las agrupaciones, a la vez que polemizan con las otras perspectivas, explican ante la sociedad civil sus proyectos de nación y de comunidad, la trayectoria y los puntos de vista de los candidatos, los métodos imaginados para infundirles vida colectiva a ideas y líneas políticas (Monsiváis 1985, 11).

EL RAQUITISMO IDEOLÓGICO: LA CONSTRUCCIÓN DE LA CARA BONITA

11. Frente a la severa crisis de legitimidad por la que atraviesan los partidos políticos en México a principios del siglo XXI, optaron por rescatar su imagen aprovechando cualquier recurso persuasivo

que aportara la mercadotecnia electoral u otra práctica de adoctrinamiento eficiente para ganarse la atención de los habitantes. De esta forma, la estrechez estadista de los partidos políticos llegó a tal grado de miopía y debilidad que en las elecciones de 2009 no únicamente demostraron raquitismo ideológico en su comunicación hacia la población, sino que comprobaron la naturaleza artificial en su proceso de aproximación a la ciudadanía.

De esta manera, para relacionarse con los votantes los candidatos en contienda decidieron emplear una imagen virtual más elaborada, con los últimos sistemas de perfeccionamiento técnico-visual y no mediante un acercamiento sencillo, natural, franco, decidido y directo con los habitantes de su sector representado para conocer sus penurias y proponer opciones de solución. Así, surgió una propaganda cosmética que se caracterizó porque los candidatos de todos los partidos que compitieron recurrieron a difundir sus imágenes maquilladas o retocadas digitalmente con las técnicas de Photoshop para verse más jóvenes, ágiles, sanos, guapos, con mejor dentadura, sonrisa permanente, peso balanceado, iluminación más favorable, lentes modernos, mejores ángulos de *look*, etcétera, y se expusieron intensivamente ante los votantes como nuevos individuos-mercancías modernas más confiables, recién salidos de la industria del *marketing* político. Posteriormente, su imagen perfeccionada se difundió por medio de pendones, gallardetes, mantas, promocionales, calcomanías, anuncios espectaculares, mensajes televisivos, *spots* radiofónicos, imágenes televisivas, participaciones en medios por internet, etcétera (“Sufren candidatos metamorfosis electoral” 2009).

Es decir, el modelo de comunicación política que se derivó de la reforma electoral de 2007 demostró que se impusieron las reglas del código de comunicación de la *publitemplevisión* sobre las reglas de la política humana que demanda la sociedad, especialmente en la crisis estructural por la que atraviesa. De esta manera, la forma del

mensaje subordinó el fondo, y se produjo una versión acentuadamente artificial, decorativa o cosmética de la política, que correspondió más al montaje escenográfico de un espectáculo masivo de amplísimas dimensiones coyunturales y no al quehacer esencial del trabajo de la acción política, que significa la discusión y resolución de los problemas de la *polis*.

Por ello, paradójicamente, pese a la cantidad abrumadora de *spots* que transmitieron los partidos políticos, la ciudadanía no quedó mejor concientizada sobre cuáles eran los grandes desafíos nacionales y las posibles vías de solución que ofrecía cada partido. Lo único que sucedió fue que los partidos utilizaron abusivamente los tiempos informativos del Estado para crear un modelo de difusión propagandístico desproporcionado que los blindó ante la fuerza manipuladora del poder mediático privado y ante la crítica social en ascenso; pero el proceso de comunicación político de la sociedad mexicana no avanzó en nada. Pareciera que en dicho ámbito los partidos políticos cumplieron con la sentencia expresada por la clase gobernante en el país desde la década de 1960, que señala que “el pueblo mexicano, jamás adulto, aún no está apto para la democracia” (Monsiváis 1985, 16-7).

LA CARENCIA DE DEBATE SOBRE LA AGENDA NACIONAL

12. Debido a los intereses viciados que movieron electoralmente a la partidocracia nacional durante la fase de los comicios de 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 solu-

ción 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 contienda.⁴⁵ 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 y burdo fin 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 les motivó el acceso a los tiempos oficiales en radio y televisión para difundir abusivamente 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 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 cons-

⁴⁵ Para examinar la relación existente entre medios de información y cultura política, véase Salmerón (2004, 28 y 9).

trucción 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, etcétera; únicamente difundieron un conjunto de eslóganes 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, sino que simplemente se limitaron a reproducir de manera unilateral la decadente mentalidad política pervertida heredada del pasado, pero ahora maquillada con los nuevos trucos persuasivos de la mercadotecnia electoral “moderna”.

De esta forma, pese a que el IFE exhortó a todos los partidos para que realizaran una verdadera exposición y comparación polémica de sus plataformas partidistas (“IFE dice sí al debate, pero entre todos los partidos” 2009), 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 del proceso electoral 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, conductor de la empresa Televisa, en el cual no se abordaron con hondura las propuestas esenciales de cada organización política (“Debate

se redujo a una plática televisiva” 2009). Por otra parte, hubo una limitada discusión que se gestó entre los institutos políticos minoritarios, como el PVEM, PT, Convergencia, Nueva Alianza y PSD, y que sólo fue transmitido vía 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 la coyuntura de radicales conflictos para sostener el crecimiento nacional “Críticas acaparan debate de partidos: Aceptaron invitación del IEDF sólo grupos políticos de minoría” (2009).

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 que se han dado vía los medios de información colectivos, en otros momentos electorales han sido encuentros de denostación, agresión, insultos, injurias entre los diversos candidatos, y no de revisión profesional de las distintas 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, etcétera, de los partidos políticos para construir un nuevo México en el siglo XXI? Con dichos procedimientos, los partidos políticos elaboraron campañas mediocres, artificiales o falsas, con tópicos muy epidérmicos, cuando lo que se requería era la discusión frontal, racional, abierta, cruda, de fondo y muy propositiva sobre los grandes conflictos nacionales que atoraban el avance del país.

EL ESTATUS DE CONSUMIDORES PASIVOS Y NO DE CIUDADANOS ACTIVOS

13. El modelo de información masiva que aplicaron los partidos políticos con los postulados de la nueva reforma electoral demostró que el prototipo de concepto comunicativo que heredaron y continúan manejando dichas instituciones de representación popular para vincularse con la sociedad mexicana es el esquema de la mercadotecnia propagandística estadounidense, que coloca el centro de su estrategia de acción en el uso del modelo de la aguja hipodérmica. Dicho prototipo mecanicista se caracteriza por exponer que lo que los partidos deben hacer, comunicativamente, en los periodos electorales para ganar votos, es simplemente saturar de *spots* políticos a la población y no buscar otras vías de acercamiento o convencimiento, como son el contacto directo con los sectores sociales, la apertura a la polémica, la difusión plural de ideas, la presentación de plataformas ideológicas, la incitación de la comunicación con la ciudadanía y viceversa, la producción de auténticas “gratificaciones civiles”, el fomento de la crítica como base de la política, etcétera, para discutir con la población sus grandes desafíos.

Dicha estrategia de comunicación política simplemente se centró en arrojar inmensos volúmenes saturantes de *spots* que coparon la percepción de los ciudadanos. Mediante esta táctica informativa, los partidos sustituyeron la difusión política con el ahogamiento propagandístico, la persuasión ciudadana con la hipnotización masiva de la sociedad, la discusión política con el espectáculo mediático, y la democracia ciudadana con la ejecución de su caprichosa voluntad partidocrática y no la de sus representados.

Así, el proyecto comunicativo que instrumentaron los partidos políticos en las elecciones intermedias de 2009 fue tan primitiva y pedestre que apostaron plenamente a seguir la corriente bárbara del funcionalismo comunicativo, que sostiene que el medio y la

forma como se transmite la información se convierten en el mensaje; y prescindieron sustantivamente de lo fundamental en sus campañas, que era propiciar la construcción de verdaderos contenidos con acción reflexiva profunda y el impulso a la dinámica de comunicación participativa con los auditorios. Asombrosamente, la publicidad mercantil, que también utiliza las mismas herramientas del funcionalismo comunicativo, desplegó más y mejor capacidad informativa sobre los productos y servicios que intentaba vender, que la práctica comunicativa operada por los partidos políticos para intentar posicionar a sus propias instituciones y candidatos en contienda. Así, paradójicamente el modelo de difusión comercial demostró ser más eficiente para comunicarse con sus clientes que el modelo de difusión política, que fue incapaz de construir vínculos de intercomunicación con la ciudadanía y sólo generó procesos unilaterales de mala propaganda masiva.

De esta forma, el trato comunicativo que los partidos le dieron a la población en el periodo electoral de julio de 2009, no fue el de ciudadanos activos, entendidos como los sujetos reconocidos por el Estado moderno que tienen derecho a recibir la más amplia información sobre la situación de su realidad para reflexionarla, discutirla colectivamente y, con base en ella, intervenir libre, plural y racionalmente sobre los diversos destinos de la *cosa pública*; sino que fue el trato del Estado antimoderno que les restringió el margen de recepción de información y la riqueza de la misma, para tratarlos como escuetas masas pasivas, consumidoras de abrumantes mensajes políticos repetitivos, para posicionarse en la conciencia de los auditorios con el fin de atrapar en sentido favorable su voto.

En este entendido, los partidos no promovieron sobre la población un extenso sentido de ciudadanía, que implica ser tratados como seres pensantes capaces de reflexionar y discutir amplia y pluralmente sobre los grandes problemas de la agenda nacional; y más bien los abordaron como meros súbditos consumidores

pasivos de información partidista unilateral para votar. Así, practicaron una concepción de ciudadanía muy débil y restringida que impuso la camisa de fuerza mental de los partidos políticos, con la cual desnaturalizaron la realidad rica y potencializadora de lo que significa ser ciudadano. De esta forma, más que fomentar una cultura participativa que fortaleciera la existencia de electores con alta intensidad ciudadana, generaron consumidores pasivos con un fuerte perfil de consumo informativo partidocrático.

Tal práctica generó una atmósfera de creciente impotencia ciudadana para transformar el sistema de representación de los poderes públicos. Por ello, para avanzar en la edificación de una nueva cultura ciudadana electoral para participar activamente en los procesos de cambio de poderes constitucionales, además de incrementar la pluralidad de fuentes de información sobre las distintas opciones partidistas, se deben modificar los procesos de participación civil en éstos y crear dinámicas colectivas de comunicación entre partidos y ciudadanos que permitan que la población participe en la discusión de los grandes problemas de la agenda nacional. Dicho proceso comunicativo entre sectores debe extenderse más allá de las etapas electorales, pues después de concluidas tales etapas de renovación de responsabilidades públicas, los partidos políticos dejan de vincularse con la población para conocer sus necesidades y representarla adecuadamente. Con ello se contribuirá a crear una nueva cultura electoral ciudadana que le dé más solidez a la estructura de la democracia nacional.

EL REVERTIMIENTO POLÍTICO DEL EXCESO PROPAGANDÍSTICO

14. Con la aprobación de la nueva reforma electoral todos los partidos políticos tuvieron, como nunca antes, en la fase comicial de 2009 un enorme porcentaje de tiempos propagandísticos para participar en

el espacio público mediático. Por este medio se aprovecharon los *tiempos oficiales* para difundir sus propuestas y estrategias partidistas para posicionar a sus candidatos. Sin embargo, contrariamente al resultado persuasivo que se esperaba alcanzar, el exceso publicitario generado provocó un efecto bumerán para los partidos políticos, pues el abuso de información partidista insertada dentro de la programación de entretenimiento de los medios de difusión masivos en lugar de atraer y seducir a los votantes, debilitó el interés de los mismos, porque atiborró la atención de los espectadores con una lluvia incesante de múltiples mensajes partidarios, produciendo hartazgo y rechazo.

Esta tendencia llegó al extremo de ocasionar que la población neutralizara o aborreciera la información electoral y las fórmulas políticas correspondientes que propagó la clase gobernante. Con ello, la política se convirtió en un estorbo para la interpretación de la vida cotidiana, pues se enfrentó a la transmisión fluida del entretenimiento y aumentó la pérdida de credibilidad en la misma y en el rol social que debía desempeñar en la resolución de los principales desafíos nacionales. Mientras tanto, los grandes medios comerciales de difusión masiva compitieron con la propaganda electoral mediante la presentación de más espectáculos, deportes y series frívolas que capturaron la simpatía y atención de los votantes.

De esta forma, ante dicho embotamiento temático-político los públicos se hartaron o irritaron al perder la secuencia de su entretenimiento radiotelevisivo preferido y optaron por cambiar los canales que difundían tal propaganda practicando el *zapping*, los públicos pudientes económicamente se refugiaron en la televisión de paga (Sky o Cablevisión), el sector menos privilegiado que no pudo cubrir precios especiales vio la televisión por internet o, finalmente, en una actitud extrema: apagaron la televisión y el radio. Así, se realizaron diversas protestas de los teleauditorios contra la saturación propagandística de la información de partidos que inundó la programación de diversión de los medios de transmisión colectiva.

Con ello, se agudizó más el problema de representación de los partidos ante la sociedad y se agravó la crisis de legitimidad y la capacidad de eficacia de la clase política —de por sí ya muy deteriorada— para crear condiciones eficientes de gobernabilidad a principios del siglo XXI en México.

EL BOICOT A LAS NUEVAS NORMATIVIDADES COMUNICATIVAS

15. Al no aprobarse en el Congreso de la Unión la nueva Ley de Radio y Televisión que introduciría equilibrios novedosos entre Estado, concesionarios y sociedad, la reforma electoral quedó vulnerada significativamente, pues la normatividad del Cofipe especificó que en términos electorales se haría lo que estipulara la ley en la materia, y al no modificarse ésta, permaneció un marco jurídico nacional anacrónico con grandes vacíos legales que ocasionaron conflictos normativos al intentar aplicar con rigor la nueva normatividad electoral.

Por ello, al final de la gestión electoral los consorcios monopólicos de la comunicación colectiva fueron los verdaderos ganadores de los procesos electorales de 2009, pues mediante diversos mecanismos lograron boicotear la estructura de la reforma electoral y produjeron mediáticamente el malestar ciudadano contra la clase política.

EL DEBILITAMIENTO DE LOS ÓRGANOS PÚBLICOS DE RECTORÍA ELECTORAL

16. A diferencia de etapas electorales anteriores, en las que existió un IFE sólido, enérgico e independiente, ahora en materia de rectoría y soberanía electoral se observó la presencia de un IFE débil, inseguro, temeroso de la fuerza de los poderes fácticos, contradic-

torio y claudicador de su esencia ciudadana autónoma para vigilar incondicionalmente la defensa de los intereses de los habitantes. En diversos momentos estratégicos funcionó más como un apéndice de los grandes apetitos expansivos de los monopolios de la comunicación electrónica, que como un juez autónomo imparcial para crear condiciones de gobernabilidad constitucional justas.

Así, por ejemplo, por una parte, ante la presencia intensiva de los candidatos en los espacios de los medios de difusión masiva, particularmente los electrónicos, disfrazada como “información electoral oportuna” y no como verdadera propaganda electoral paralela violatoria del espíritu esencial de la reforma electoral, la elasticidad y tolerancia de los criterios rectores del IFE fueron tales que el consejero presidente del mismo, Leonardo Valdés, calificó como

muy natural que aumentaran las apariciones de aspirantes a puestos de representación popular en los espacios de radio y televisión, pues se trató de un esfuerzo que hicieron los medios para acercarle información a los ciudadanos en la etapa final de la campaña. Mientras no se comprobara una relación comercial en la difusión de la imagen de los candidatos el árbitro electoral no puede imponer sanciones (“Avala IFE presencia creciente de candidatos en radio y televisión” 2009).

Por otra parte, debido a la grave violación con plena conciencia y reincidencia de la empresa Televisión Azteca por omitir durante 2009 la transmisión de 5,734 reproducciones de *spots* promocionales partidistas en los tiempos de campañas políticas por los sistemas de paga Sky, Cablevisión y abierto, atentando flagrantemente contra el principio constitucional de equidad electoral, inicialmente el IFE le aplicó una multa de 62,844,640 pesos, que por la alevosía del hecho cometido significó la pena económica más alta que el Estado mexicano impusiera a una televisora en toda la historia de la radio-

difusión nacional (“Multa el IFE a Tv Azteca porque no transmitió 5 mil 734 promocionales. Deberá pagar más de \$62 millones de pesos” 2008). Sin embargo, paradójicamente después de tal decisión, debido a las amplias presiones políticas que ejerció el monopolio televisivo sobre el IFE, sus consejeros ciudadanos decidieron por mayoría reducir dicha pena a la tercera parte y que solo pagará 21,920,000 pesos (“Queda en \$22 millones multa a Tv Azteca por omitir spots” 2008, 5).

Mediante esta situación, el IFE introdujo legítimamente el delicadísimo antecedente de anarquismo político que conlleva, entre otras, las siguientes cinco consecuencias muy alarmantes para los futuros procesos electorales en el país: en primer término, significó que será más barato violar la ley que cumplirla, es decir, “es un buen negocio transgredir la ley”. En segundo término, las empresas de comunicación podrán continuar violando la ley al apropiarse o privatizar el espacio público que son los tiempos de Estado para no dedicarlos a transmitir la propaganda política como lo señala el Cofipe, sino comercializarlos con importantes ganancias empresariales y pagar penas menores. En tercer término, se demostró que los acuerdos generales básicos del IFE pueden ser quebrados con la fuerza que ejercen los poderes fácticos mediáticos sobre éste. En cuarto término, se demostró, una vez más, que en última instancia quien gobierna crecientemente en México no es la voluntad de los partidos políticos ni los órganos ciudadanos, ni los poderes públicos republicanos del Estado nacional, sino los poderes fácticos mediáticos, cada vez más poderosos. Y en quinto término, lo más preocupante de todo fue que el propio IFE justificó el proceso gravísimo de no respetar la equidad electoral al permitir que cuando las televisoras violen el principio de equilibrio propagandístico de los comicios, se les apliquen penas “negociables”, con lo cual respaldó la introducción del virus de la ilegitimidad de los procesos electorales y, por lo tanto, de la futura ingobernabilidad nacional.

LA AMENAZA CONTRA LA IMPARCIALIDAD DE LOS COMICIOS

17. La intervención mediática paralela fue sumamente delicada, pues introdujo elementos externos viciantes que atentaron contra los principios de limpieza, igualdad, ética, transparencia y equilibrio que pretendió establecer el IFE para realizar elecciones legítimas que crearan ponderación y paz social. Así, la acción interventora de los monopolios de la comunicación masiva pudo inocular los procesos electorales con elementos propagandísticos sucios, tramposos, mañosos, etcétera, que empañaron la pulcritud de los mismos y pudieron ser argumentos suficientes para que cualquier grupo político perdedor de una elección declarara con razón suficiente la invalidez de estos trámites por falta de neutralidad política.

18. En las circunstancias en que se realizaron las campañas, existió un riesgo relevante de que se ocasionara fuerte inequidad electoral por la introducción del nuevo modelo de comunicación política que conllevó la reforma electoral, pues según el reglamento aprobado, el IFE dio más espacio para la difusión de sus mensajes a los partidos grandes y menos oportunidades a los pequeños. Esto debido a que el tiempo establecido como derecho de los partidos políticos la reforma lo distribuyó entre los mismos conforme a los siguientes criterios: A.- El 30% en forma igualitaria y el 70% restante de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior. B.- A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignará para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario (Cámara de Senadores 2007, 6).

Con ello, fue más fácil que los partidos grandes ganaran las elecciones y los cargos representativos dentro del Congreso de la Unión, mucho más que los partidos chicos, pues los grandes contaron con mayores recursos de tiempo para realizar su propaganda

electoral y, por lo tanto, para obtener más votos. De esta forma, se apoyó la permanencia en el poder de los mismos partidos grandes, anulando las alternativas de cambio político en México con otros agentes políticos menores.

El único factor que rompió este desequilibrio fue el apoyo informal extra que dieron los monopolios de la televisión a algunos candidatos y partidos de su simpatía, como el PVEM, que recibió un respaldo desmesurado e ilimitado de Televisión Azteca y Televisa, para posteriormente contar con un partido incondicional en el interior del Congreso de la Unión que les permitiera defender sus intereses oligopólicos como industrias culturales.

LA VICTORIA ELECTORAL DEL APARATO MEDIÁTICO SOBRE LA REFORMA ELECTORAL

19. 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 colectiva y 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*⁴⁶ que gobernó ideológicamente a la sociedad en esta etapa de cambio de fuerzas de representación social.

⁴⁶ Por *Estado paralelo* se entiende 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.

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 según las necesidades fundamentales de supervivencia ciudadana.

20. Finalmente, 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 de 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. Ello debido a que su creciente fuerza mediática se opuso a la reforma electoral, creando una atmósfera contrarreformista y contrarreguladora que contribuyó a erosionar la rectoría política del Estado nacional en este terreno.

De esta forma, aunque finalmente hayan sido elegidos con relativa libertad los gobernadores, diputados, senadores y municipales de la República para el nuevo periodo de gobierno, en realidad todos estos poderes públicos quedaron muy vulnerados y acotados, pues tuvieron un margen de actuación y soberanía muy restringido ante 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 superamplificado que dio origen a la *cuarta República mediática* en el México moderno de comienzos del siglo XXI.

En este sentido, a diferencia de la relevación de los poderes públicos republicanos que son elegidos cíclicamente por la población cada tres, cuatro y seis años mediante el sufragio efectivo en el país

para que administren la gobernabilidad nacional, paradójicamente, los poderes fácticos mediáticos de la radio y la televisión nunca son 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 dobligar o superar a los primeros. De esta manera, debido a la centralidad y concentración estratégica que alcanzó el sistema de medios electrónicos de difusión 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 éstos 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, en última instancia, además del triunfo de la partidocracia, otros de los grandes ganadores de la contienda política de las elecciones intermedias de 2009 fueron los monopolios electrónicos de la difusión colectiva, pero no la sociedad, entre otras, por las siguientes 13 razones:

- a) 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.
- b) Desacreditaron parcialmente a los órganos públicos como el IFE y el Congreso de la Unión, y a sus instrumentos normativos de intervención electoral, por obstaculizar la expansión de sus intereses mercantiles en mayor escala.
- c) 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.

De este modo, los concesionarios de la radiodifusión canalizaron ese gran descontento o frustración mediática contra la clase política para criticarla y debilitarla.

- d) 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 se logró obtener 5.39% de la votación total nacional a favor de esa causa electoral.
- e) Ante la severa crisis y el fuerte desprestigio creciente que experimentó la política, especialmente en la fase electoral, los poderes mediáticos se erigieron 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.
- f) Quedaron legitimados “asépticamente” ante la opinión pública como los “defensores” de la libertad de expresión y del derecho a la información.
- g) Consumaron negocios político-comunicativos paralelos al “vender informalmente” espacios propagandísticos para impulsar a determinados aspirantes partidistas funcionales para sus objetivos monopólicos.
- h) 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 Cofipe, y posteriormente comercializaron jugosamente ese espacio electrónico a otros actores. Después de ello, por medio 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.

- i) Con su estrategia discrecional de difusión de mensajes políticos “informales” actuaron cotidianamente como grandes maquinarias electorales muy eficientes que influyeron significativamente en la decisión del voto ciudadano y, por consiguiente, sobre los resultados electorales.
- j) 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.
- k) 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 PVEM—, que obviamente en el futuro crearán las iniciativas de leyes *ad hoc* para proteger los intereses de la radiotelevisión monopólica, y no los de los ciudadanos.
- l) 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 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 emergencia de una tercera cadena de televisión nacional que compita con el duopolio audiovisual ya consolidado, obtener nuevas concesiones de fibra óptica para expandir sus consorcios de radiotelevisión y de telecomunicaciones, etcétera.

- m) Finalmente, los medios colectivos de difusión electrónica con carácter monopólico permanecieron gobernando cotidianamente al país, vía 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 autopresentadas ante la opinión pública como meras instituciones neutras de “esparcimiento”, “información”, “distracción” y “cultura”.

Ante esta cruda realidad política del nuevo triunfo del poder mediático que se consolida cada vez más en el territorio nacional, es necesario preguntarse: ¿para qué el Estado y la sociedad mexicana realizan 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, crecientemente, el poder real habitual, en un alto porcentaje, lo define y lo ejerce el poderío ideológico político de los medios electrónicos de difusión colectiva 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 al mismo tiempo que la población recurrentemente selecciona a los representantes políticos de 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 participan medularmente en la dirección cotidiana 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 en México, además de implicar la apertura profunda de las viejas estructuras políticas a la participación civil, ahora requiere urgentemente el ajuste sustantivo de la acción de los *poderes fácticos* de los monopolios informativos a un nuevo Estado de Derecho virtuoso que sitúe a las industrias culturales mexicanas dentro de 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 quedará subordinada a la verdadera estructura de poder cotidiano real que gobierna a la nación: la telecracia mediática.

El conjunto de estas situaciones no delimitadas por los marcos jurídicos electorales legales pudieron 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. Dicha crítica realidad creó una coyuntura política muy delicada, pues pudo generar una grave inestabilidad y caos social que podrían haber desembocado en la violencia colectiva y en 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, pues se comprobó, por una parte, que la voracidad mediática no tiene límite, ya que está dispuesta a provocar el colapso social si éste se convierte en un negocio muy rentable para las empresas monopólicas de la radiodifusión nacional. Y por otra, que el Estado mexicano llegó a una etapa fallida de tal debilidad en su capacidad rectora que ya no puede doblegar a los *poderes fácticos* de la comunicación electrónica dentro de los principios medulares de la Constitución política mexicana. Ahora son estos poderes fácticos mediáticos los que con otras estrategias de difusión presionan y hasta subordinan al Estado y a los órganos ciudadanos electorales en los periodos de cambio de los poderes públicos para tener más ventajas con objeto de imponer socialmente a los candidatos electorales que les son funcionales con sus intereses de expansión empresarial.

LA POLÍTICA LÍQUIDA

21. Al no incluirse en ningún nivel o fase del los procesos electorales la participación polémica o crítica de los ciudadanos en el modelo de comunicación política que construyeron los partidos políticos con la reforma electoral de 2007 y su respectivo Reglamento para el Funcionamiento de la Radio y la Televisión en los Periodos Electorales, no se produjo más comunicación con la sociedad, lo único que se generó fue mayor difusión de simple información política de los partidos a los habitantes. Esto provocó un fenómeno de desvinculación interactiva de grandes dimensiones con los votantes, en el que los únicos sectores intensamente dinámicos fueron los partidos para luchar por el poder entre sí, pero la ciudadanía ocupó un lugar pasivo, salvo su contribución de otorgar su voto el día de la justa electoral.

En ese sentido, lo que quedó pendiente de realizarse con la reforma electoral fue la creación de dinámicas de comunicación

de los partidos entre sí y de los ciudadanos con los partidos. Con ello, lo que se construyó en México, vía el cambio normativo para la radio y la televisión, fue más partidocracia y no democracia electoral. De ello se derivó el fenómeno de la *política líquida*, que significa que con apoyo del *marketing político* se edificó un proceso en el que la política se vendió como una mercancía más que había que posicionar temporalmente en las mentes de los votantes para obtener su respuesta favorable, y no como un proceso de discusión de los principales conflictos de la agenda nacional y la búsqueda de sus respectivas soluciones.

Esta acentuada tendencia desvirtuó la esencia de la política, que es la atención de los problemas de la *polis*, con su respectivo mejoramiento de la calidad de vida de los sujetos, y generó una política frívola basada en el uso coyuntural de los recursos de la mercadotecnia, dando origen a la *política líquida* que se basa en el uso de un tipo de comunicación artificial que maneja muchas imágenes, *spots*, impactos, *shows*, sonidos, disolvencias, efectos, espectáculos, campañas, etcétera, para impactar mediáticamente la percepción de los habitantes, pero que no se compromete a fondo con la solución de las condiciones de vida de los ciudadanos. Es un modelo político virtual evanescente que se esfuma de las manos de los ciudadanos, como también se desvanece el agua en el suelo, sin dejar nada para la vida cotidiana de los hombres.

Por ello, lo que queda por crearse en el país a lo largo del siglo XXI a través de los medios electrónicos de difusión, es la formación de un nuevo modelo electoral de comunicación civil que supere el prototipo de la política líquida, al permitir que los ciudadanos edifiquen junto con los partidos el futuro cotidiano de la nación, y no que los partidos le impongan a la sociedad un futuro político que sólo beneficia a los mismos.

XIII. ¿QUÉ HACER?: HACIA UN NUEVO MODELO CIUDADANO DE COMUNICACIÓN ELECTORAL

Por medio de la aplicación del nuevo prototipo de difusión política electoral de 2009, y en etapas subsecuentes, se puso por primera vez a prueba en la República mexicana dicho moderno esquema de difusión de la comunicación partidista demostrando las bondades que podía alcanzar. No obstante los importantes progresos conquistados en diversos ámbitos de la sucesión de poderes, también dejó diferentes consecuencias delicadas que deben resolverse para prosperar en el proceso de construcción de la democracia nacional. Debido a ello, ahora es necesario perfeccionar el actual modelo de comunicación política que creó la reforma electoral de 2007, con el fin de contar en los próximos comicios con una democracia de mayor calidad.

De lo contrario, si no se efectúan las adecuaciones necesarias para complementar la eficacia de la reforma que permita construir una *democracia ciudadana deliberativa* y no sólo una *democracia representativa* formal, en las nuevas elecciones locales y federales, habrá un modelo de comunicación que los sujetos implicados sabrán cómo violar astutamente y en el cual, en consecuencia, la cimentación de la frágil transición política hacia la pluralidad en México estará en peligro, ocasionando las respectivas consecuencias caóticas.

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 ordenamiento 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 de 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 crear un proceso de perfeccionamiento de ésta que quede fundado en los mismos cimientos constitucionales que le dieron vida en 2007, con la aplicación de un sistemático 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 más equilibrada de los futuros procesos electorales en la nación.

En este sentido, 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, en especial 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 muy fuerte para proteger a la partidocracia dejando notoriamente fuera las necesidades centrales de crecimiento de la sociedad, demandadas durante varias décadas.

Dentro de este marco reformista algunos cambios necesarios corresponderán a la competencia del Poder Legislativo; otros, se ubicarán en la esfera reglamentaria y de implementación del IFE, y por último, si bien no se trata técnicamente de una nueva reforma, también es indispensable que el TEPJF despliegue otro esfuerzo paralelo de plena congruencia entre sus decisiones y sus jurisprudencias para que asuma con mayor rigor sus posibilidades de plena jurisdicción en los periodos electorales.

Por esta razón, ahora se requiere ejecutar diversas acciones de cambio en distintos ámbitos: 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 política, y eviten que continúe avanzando el patrón de la telepolítica mediática unilateral, con su respectiva tendencia a la inestabilidad del sistema electoral, de la gobernabilidad nacional y de la paz social en el país.

En el conjunto de las transformaciones que es necesario realizar figuran, entre otras, las siguientes 33 acciones a escala jurídica, comunicativa, de formación de conciencia, fiscalización, participación ciudadana, dinámica operativa, regulación del poder mediático e iniciativas en la esfera de internet, para complementar el diseño ciudadano de la reforma electoral.

EN EL ASPECTO JURÍDICO

1. Con el fin de evitar que surja la ilegalidad electoral, y con ello la anarquía social, es indispensable realizar una nueva edición de la reforma electoral que remedie jurídicamente con nuevas propuestas normativas complementarias más precisas los diversos vacíos legales que dejaron las recientes leyes electorales en el ámbito de la difusión política. Es necesario considerar que

más que una revisión del lenguaje publicitario, o de la construcción del mensaje publicitario en cuanto a su estructura y duración, lo que se está convirtiendo en un elemento deslegitimador de nuestros procesos electorales, es el exceso y la predominancia del dinero destinado a la publicidad política, y la falta de regulación de contenidos de la publicidad política, que se ha convertido en el campo perfecto para la falacia, la mentira, incluso la calumnia (Corral 2011, 1).

2. Se deben adecuar las deficiencias reglamentarias que existen entre los mandatos que señala la reforma electoral, elevada a rango nacional en la CPEUM, con las especificaciones que detalla el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, y el Reglamento de Quejas Electorales del IFE, con el fin de sintonizarlos plenamente con el nuevo modelo de comunicación trazado en la Constitución. De lo contrario, seguirán existiendo realidades propagandísticas difíciles de interpretar y obstáculos importantes para una ágil aplicación de los principios normativos básicos; pues ambos marcos jurídicos formulan distintas perspectivas para el funcionamiento de la radiodifusión y para el uso de los tiempos de Estado.

EN EL ASPECTO COMUNICATIVO

3. Considerando que la crisis política en México es de representación y de participación, el primer deber de la oposición es exigir que, en el espacio de los tiempos del Estado, las campañas electorales se integren a los medios masivos con criterios democráticos. Sin eso, sólo cabrá resignarse a sostener un mero simbolismo, cada día más raquítico, y a conocer las razones populares y partidistas que llevan a los estallidos y las represiones sociales (Monsiváis 1985, 16-7).

4. Además de reconocerse los avances que aportó el IFE con el nuevo Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, será fundamental que a diferencia de las noticias de opiniones sin derecho de réplica que se practican en el actual modelo de radiodifusión nacional, se cree un nuevo prototipo de comunicación política en el cual se promocióne el debate entre los candidatos a través de los tiempos oficiales, se respete la vida privada de los abanderados y se conceda el derecho de réplica en los medios guardando la misma proporción en que se realizó la calumnia o la deformación de la información respectiva (“Lapsos iguales y derecho de réplica” 2011, 11).

Un Estado moderno, civilizado y justo debe evitar que la lógica de la ganancia monopólica salvaje subordine la racionalidad de la construcción de ciudadanía para la edificación de una vida democrática superior. De lo contrario, será conceder que el duopolio de la televisión dominante continúe siendo el árbitro de las contiendas electorales en el país, pues únicamente la dinámica comunicativa de este oligopolio mediático será la fuerza que mediante su programación resolverá con inmediatez las disputas políticas que surjan entre los diversos partidos. En la fase de transición a la democracia en que se encuentra el país, el Estado debe rescatar urgentemente su función rectora de la nación y sólo permitir que las autoridades oficiales sean los reguladores de los procesos electorales, pues de lo contrario se continuará avanzando hacia el modelo del Estado fallido, con su consecuente crisis de gobernabilidad nacional.

5. La fuerza de los poderes fácticos mediáticos orientada a manipular los procesos electorales fue detenida parcialmente con la aprobación de la reforma electoral y derivado de ello se formó una hermética estructura partidocrática dominante en el país que generó una simple democracia representativa. Por ello, ahora es necesario que la sociedad civil presione a los partidos políticos para que el esquema 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 críticamente en las fases electorales y en otras etapas del desarrollo histórico, con el fin de exponer en público sus necesidades prioritarias de supervivencia y discutir las con la clase política.

En este sentido, es preciso superar la concepción formalista y minimalista de la democracia representativa que tiende a plantear que

la democracia se concreta y concluye en lo electoral. Se trata de una mistificación que paraliza el sentido de la democracia en el tiempo. Con ello, la democracia pone fin a la historia si

es sólo una cuestión de reglas y procedimientos para saber quién gobierna y cómo gobernará. Las visiones minimalistas de la democracia centradas en lo electoral son incorrectas y falsas, pues a lo electoral aún le falta un buen trecho por recorrer en nuestro país, como son la regulación de medios de comunicación, más atribuciones de fiscalización a la autoridad electoral, derogación del financiamiento privado, disminución del financiamiento público, candidatos independientes, democracia interna de partidos, etc. (Cárdenas 2006, 173).

Dentro de estas condiciones,

sostener que México ha llegado al fin de su transición democrática porque a nivel federal tenemos un sistema electoral más o menos avanzado, además de reducir el concepto de democracia, entraña, que no es capaz de pervivir sin un Estado constitucional de derecho sin la garantía efectiva de los derechos fundamentales, elementos que se deben concebir dentro de un proceso de transformación (Cárdenas 2006, 174).

Por ello, se debe subrayar que

la democracia no debe quedar reducida a las elecciones, pues ello trae aparejados muchos problemas, como por ejemplo, el de si las elecciones agotan los procedimientos de autorización de gobernados a gobernantes y si los procedimientos representativos agotan la representación de las diferencias sociales. En otras palabras, la democracia no puede significar sólo elecciones, ya que el ciudadano sería esclavo o rehén en las etapas interelectorales y, los sistemas representativos no son capaces de representar a muchos sectores sociales por la gran complejidad que tiene la sociedad (Cárdenas 2006, 37).

Así, se requiere considerar que la construcción de

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 limitan el acceso a la justicia (Cárdenas 2006).

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 decisiones (Cárdenas 2006, 8-9).

En consecuencia, la democracia deliberativa se legitima en la discusión, el debate, la apertura y la participación ciudadana (Cárdenas 2006, 33).

Debido a dicha realidad, más allá de las concepciones hegemónicas que ha impuesto la noción y práctica de la democracia representativa en el país, para corregir las desviaciones de este tipo de democracia,

es necesario poner el acento en diversas realidades que componen a la *democracia deliberativa* como son las potencialidades de la participación, la importancia de la publicidad, el reconocimiento de la deliberación, la rendición de cuentas horizontal tanto institucional como social, el contrarrestar la fuerza de los factores reales de poder que buscan excluirse del campo del derecho, la democracia interna y el control de los partidos, así como otras innovaciones institucionales que pretenden ampliar los espacios de participación y deliberación ciudadana, además de darle un sentido democrático a las instituciones formales como el Poder Legislativo (Cárdenas 2006, 37-8).

6. Es central evitar que la reforma electoral sólo actúe como 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 plazo, pues esto

impide el empoderamiento de la sociedad civil, que es a la que se deben como representantes colectivos.

Desde esta perspectiva es fundamental que en las próximas elecciones intermedias o federales, sólo 40% de los tiempos del Estado en radio y televisión se entreguen a los partidos políticos y el 60% restante se otorguen a la sociedad organizada para que 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 que los tiempos de comunicación de Estado son pagados por la sociedad entera, vía los impuestos que entrega periódicamente al gobierno; y por lo tanto, son recursos que antes de estar al servicio propagandístico de los partidos, deben estar a plena disposición de las necesidades comunicativas de las comunidades, porque la sociedad es la dueña de dichos recursos comunicativos y no los partidos políticos.

De lo contrario, será difícil que la solución a las principales necesidades de las comunidades se incluyan 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 para la sociedad, mas no democrático para la misma. La partidocracia no es democracia, sino una pedestre forma de dominación de la burocracia política sobre el resto de la sociedad.

7. Antes de que los partidos acudan de nuevo en las etapas electorales, al esquema 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, emociones 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.

Por esta razón, es indispensable acudir al análisis, a la polémica, a la confrontación, al debate y a la construcción del consenso para contribuir a transformar la realidad social mediante la difusión partidista.⁴⁷ De ninguna forma la comunicación política puede sustituir el trabajo político que deben realizar las instituciones de gobernabilidad nacional, ya que de lo contrario lo que se produce es espectáculo mediático y no la democracia deliberativa de calidad, que es la 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 multilateral 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.

8. Es necesario que el Poder Legislativo reglamente el uso de la publicidad integrada, conocida como *infocomerciales*, o espacios de la programación disfrazada para hacer política o promover a los candidatos con aspiraciones electorales en los tiempos de cambio de poderes públicos, pues ésta fue una de las principales estrategias comunicativas que utilizaron los poderes fácticos

⁴⁷ Para desarrollar algunas alternativas de comunicación electoral que superen la fórmula de la *spotización* de la política, véase García (2009, 9-11).

mediáticos, particularmente la televisión comercial privada, para violar la reforma electoral, en su primera fase de aplicación en 2009 (Villamil 2010, 17).

9. Paralelamente a la regulación de los infocomerciales, también se requiere normar la publicidad “integrada” o “encubierta”, pues

constituye la estratagema de los publicistas para colar anuncios o propaganda en los guiones de los programas de espectáculos, deportivos, telenovelas, concursos y todo lo que constituye el amplio abanico del entretenimiento. En estos nuevos esquemas del *marketing* político han encontrado en la programación de ficción un terreno fértil, no vigilado, para el establecimiento de agendas políticas, donde se incluye desde la promoción electoral hasta la discusión de la visión gubernamental de tal o cual tema (Franco y Orozco 2011, 33).

Esta publicidad se diferencia de los infocomerciales porque

el emplazamiento del producto o de la “marca” es mucho más sutil y su impacto sobre las audiencias es de 50 a 100% más eficaz que un *spot*, entre otras razones, porque es una manera de enfrentar el *zapping* a la hora de verse los comerciales (Villamil 2010, 205-6).

Hoy día, prácticamente no hay *reality* o producción que mezcle ficción y no ficción, realidad y entretenimiento que no esté patrocinado por algún gobierno, partido o aspirante presidencial que busque colocar su imagen, su nombre o su trayectoria en el mundo del entretenimiento para posicionar su imagen (Villamil 2010, 206).

Por ello, si no se legisla o reglamenta en materia de “publicidad encubierta”, se corre el riesgo de la hipercomercialización de la política, porque si sumamos los cerca de 30,000 *spots* que se pro-

gramaron en los cortes comerciales para las elecciones del 2012, las múltiples menciones explícitas e implícitas que ya se transmiten en telenovelas, series, programas de espectáculos y partidos de fútbol, se tiene entonces una saturación total en publicidad electoral (Franco y Orozco 2011, 34).

10. Es preciso legislar con mayor rigor para evitar que la información gubernamental del partido en turno en las fases de competencia electoral, sea usada como un instrumento de apoyo propagandístico coyuntural al difundir de manera oportunista los datos, hechos o logros del gobierno en funciones como información de interés público, puesto que beneficia desproporcionadamente al grupo político en el poder al darle una ventaja de penetración de imágenes e ideas en las conciencias de los votantes. Tradicionalmente, dicha información se ha presentado ante los órganos electorales y frente a la opinión pública como proyectos de difusión necesarios que requiere realizar la jefatura gubernamental en el poder, pero en realidad actúa como un delicado recurso unilateral que corrompe el equilibrio de imparcialidad y de pulcritud política que deben respetar las contiendas electorales para que pueda progresar la democracia.

11. Si la reforma electoral protegió a los partidos de la fuerza manipuladora que ejercían los poderes fácticos y les dio instrumentos jurídicos para defenderse de las arbitrariedades que éstos ejercían, después de la aplicación de dicha normatividad electoral convirtió a tales instituciones políticas en instancias de poder más fuertes de lo que eran antes para imponerse comunicativa y políticamente la sociedad y ante los poderes paralelos. No obstante esta importante transformación, paradójicamente, dicha reforma de 2007 no otorgó ninguna herramienta para la autodefensa comunicativa de la población ante los abusos, negligencias o abandonos que cometan los partidos; sino que todos los recursos se destinaron al blindaje de los partidos políticos. Por ello, posterior a su primera aplicación

en el año 2009, ahora la pregunta es: ¿quién defenderá a los ciudadanos de las injusticias que recurrentemente comenten los partidos políticos en la vida cotidiana y en las fases de comicios electorales, si cada vez son instancias más fuertes y con la reforma electoral de 2007 la sociedad no recibió instrumentos para protegerse?

Debido a esta situación, es fundamental que el Congreso de la Unión legisle puntualmente para reglamentar, como mínimo, las garantías comunicativas básicas de la población que han sido abandonadas durante décadas por la clase política. Dentro de dichas garantías ocupa un lugar central la tipificación del derecho de réplica para que los auditorios cuenten con una verdadera garantía eficiente de aplicación que les permita protegerse mínimamente frente a las arbitrariedades informativas que practican los partidos políticos y otros emisores dominantes de naturaleza pública y privada.

EN EL ÁMBITO DE FORMACIÓN DE CONCIENCIA

12. Con el fin de progresar en la consolidación de una sociedad más equilibrada, se requiere hacer estallar el concepto viciado de “democracia electoral” que acuñó la partidocracia contemporánea por medio de la reforma electoral, pues en el fondo la noción que se introdujo no es un avance sustantivo para buscar mayor justicia, apertura, igualdad, pluralidad y participación de la sociedad en la elaboración y dirección de las políticas públicas para el desarrollo. En última instancia, dicha normatividad se convirtió en un eficaz instrumento para fortificar más a los actuales partidos dentro de la estructura de poder ya operante, sin exigirles un cambio y sin darle opciones de mayor acción a la sociedad para intervenir en los procesos electorales, salvo el derecho mínimo a ejercer su voto de manera conductista.

13. Es muy importante tener en cuenta que la manera como quedó estructurado jurídicamente el diseño político de la reforma

electoral de 2007, en el mejor de los casos sólo puede impulsar la democracia representativa, pero no promueve la democracia deliberativa, que es el nivel que le urge alcanzar a la transición política de la sociedad mexicana. Esto debido a que la mera elección transparente y limpia de los representantes públicos no garantiza una segura y sana democracia, pues la historia de la clase política mexicana demuestra que una vez elegidos los presidentes, legisladores, gobernadores, municipales o autoridades públicas, en la mayor parte de los casos, éstos se van alejando gradualmente de los intereses de los ciudadanos. Así, con el tiempo se separan de sus representados, velando sólo por sus propias necesidades o las de los principales grupos de poder y traicionando la atención a las necesidades de la sociedad que los seleccionó democráticamente para representarlos.

De esta forma,

la distancia inicial que se trazó en la misma formulación original del sistema representativo entre representados y representantes, se ha agrandado con el paso del tiempo, porque el propio legislador se ha alejado de la defensa de los intereses sociales y se ha acercado a la protección de los intereses de los factores reales de poder, comenzando con los de su partido, a costa de las necesidades de las grandes mayorías. [Así] el sistema representativo tiene un claro sentido defensivo, menos ligado con el ideal igualitario y más basado en el terror de lo que se concibe como la dinámica social natural. El costo que se hace pagar a las mayorías es alto, pues tienen que pactar leyes y decisiones con las minorías. Se podría decir que esos arreglos y pactos son valiosos porque se enriquece el proceso de toma de decisiones, pues distintos actores participan y deliberan hasta la conclusión del resultado. Sin embargo, ese proceso deliberativo no es tal en los hechos por distintas razones, entre las cuales figuran, el peso de la disciplina

partidista; el hecho de que las decisiones más importantes no se adopten en las sedes parlamentarias sino extraparlamentarias; la poca o nula transparencia en el procesamiento de las decisiones y leyes; el papel que juegan los medios electrónicos que rompen con la centralidad de los poderes formales que conducen las “deliberaciones” según los intereses de los dueños de esos medios; el rol de los factores reales de poder como grandes empresarios —nacionales y transnacionales— que se superponen a las instituciones y las vacían de contenido, pues en sedes diferentes a las parlamentarias se deciden las grandes cuestiones nacionales. [Lo anterior significa que] el sistema representativo carece de ímpetu deliberativo y produce opacidad especialmente en los sistemas presidenciales que en los parlamentarios. Si una de las finalidades del sistema representativo era la deliberación, es decir, el análisis para que prevaleciera la mejor, esta ha quedado desvirtuada. Lo que impera es la colonización de factores reales de poder sobre las instituciones —partidos, medios, instancias de poder transnacional o nacional—, adueñándose de los poderes formales y de la esfera pública. En esas instancias, la deliberación sobre los asuntos de la sociedad se reduce a su mínima expresión y las instituciones son una máscara o una correa de transmisión de decisiones y de intereses que están totalmente fuera del control ciudadano (Cárdenas 2006, 34-5).

En este sentido, es importante considerar que aunque teóricamente la democracia representativa es una herramienta que puede conquistar diversos logros, como son la receptividad de los parlamentarios a las demandas de sus electores, la rendición de cuentas y la posibilidad de su destitución mediante el castigo electoral; estos objetivos son muy difíciles de alcanzar por esta vía política. Esto se debe a que, por una parte, no es totalmente cierto que los legisladores y gobiernos cedan siempre a las demandas del

electorado, pues a lo que suelen ceder es a la coerción de los factores reales de poder y a la propia disciplina del partido. Por otra parte, en cuanto a la rendición de cuentas de calidad, esto es un proceso complicado, pues no sólo hay que conocer qué se ha hecho, sino también cómo se hizo, para lo cual el electorado requiere contar con un acceso a la información casi ilimitado que le permita constantemente conocer la gestión, las formas, los procedimientos y acuerdos de los gobernantes. Finalmente, la destitución de los gobernantes queda casi totalmente confinada al momento electoral y muy poco a momentos interelectorales, salvo que se permita la revocación del mandato (Cárdenas 2006, 31).

En síntesis, se puede afirmar que

el sistema representativo fracasa por múltiples razones, entre las cuales destacan las siguientes cuatro: 1) es un sistema que no representa a muchos sectores relevantes de la sociedad; 2) es un sistema en donde los gobernantes y gobernados se encuentran cada vez más lejanos entre sí; 3) es un sistema que no ha servido para moderar el poder —sistema de pesos y contrapesos—, sino para que otros poderes al margen del Estado colonicen y privaticen las instituciones; y finalmente, 4) es un sistema que conduce a la parálisis y al vaciamiento de la democracia (Cárdenas 2006, 36).

Por consiguiente, la simple democracia representativa es un proceso muy débil, limitado y vulnerable para construir una nueva democracia madura que promueva el profundo cambio político que requiere la nación en la segunda década del siglo XXI. Ésta debe ser complementada con los procesos permanentes de la democracia deliberativa y los procesos supervisadores de las acciones del poder que deben ejercer los ciudadanos con el fin de evitar que éste se corrompa y degenera.

Debido a ello, es razón de Estado el que éste cree instrumentos jurídico-político-económicos para que los ciudadanos puedan ejercer las funciones complementarias que garanticen la existencia de la democracia sustantiva. De lo contrario, cada vez más, habrá un Estado que en las leyes y las teorías simulará tener democracia, pero en la realidad cotidiana practicará el autoritarismo, la corrupción y el despotismo hacia la población.

14. Para avanzar en la madurez de la reforma política a principios del nuevo milenio se requiere recolocar el sentido verdadero de la democracia en el proceso de construcción del México moderno, particularmente en las fases electorales, pues la vieja fórmula que argumenta que ésta se dará con 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 en los actuales partidos políticos, ya demostró su fracaso a lo largo del siglo xx y comienzos del xxi. Esto, ocasionado por el desinterés, la irresponsabilidad, el abuso y el alejamiento que han manifestado ambos sectores para atender profundamente las necesidades básicas de crecimiento social y asegurar preferentemente sus intereses particulares.

En este sentido, con el fin de cimentar una sociedad más equilibrada, ahora se requiere replantear de otra forma la relación existente entre partidos, campañas electorales, participación de las industrias culturales e intervención ciudadana, especialmente en los periodos de contiendas, con el fin de propiciar la presencia activa de los diversos sectores civiles que componen al país en el espacio público mediático para expresar y discutir colectivamente sus necesidades de desarrollo, vía los medios electrónicos 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 a los caprichos coyunturales de la voluntad de los partidos políticos burocratizados, pues ambos sectores sólo velan

por el fortalecimiento de sus posiciones grupusculares de intereses y no contemplan la resolución de las grandes necesidades vitales para el desarrollo justo de la sociedad.

Con objeto de construir la nueva sociedad que se demanda en todos los aspectos 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 habla en el nuevo espacio público mediático, vía su libre acceso a los medios de difusión colectivos. No puede existir democracia política sin la democracia de la palabra de las comunidades.

15. Frente al clima de saturación o de intoxicación de la atención de la población por el exceso de información política difundida por los medios electrónicos masivos —más de 33 millones de reproducciones de *spots*—, ahora más que nunca es necesario que la propaganda política de los partidos y del gobierno se elabore con el mayor grado de profesionalismo y competitividad comunicativa que evite que los auditorios rechacen los torrentes abrumadores de mensajes políticos que reciben en dichas coyunturas de sucesión de poderes. De no trabajar los partidos políticos en un sentido altamente profesional, el acceso a los medios por parte de aquéllos 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. Esto provocará que la población aborrezca crecientemente a la telepolítica vacía, gris, burocrática, lejana, aburrida, excesiva, inoportuna, demagoga y agobiante que se difunde.

Paradójicamente, y opuesto a lo que pregonan los partidos políticos, ésta ha sido la práctica ideológica y comunicativa que durante muchas décadas ha ejercido la clase política en el pasado en los momentos electorales para conectarse con los diversos grupos sociales e intentar conseguir de modo oportunista su voto; y posteriormente, una vez elegidos por los votantes, ya no vuelven a establecer contacto con ellos.

16. Ante los tiempos de profunda crisis civilizatoria que se viven en el país, caracterizados por la ineficiencia de los sistemas de gobernabilidad, el incremento de la extrema violencia, el deterioro de la calidad de vida, la falta de credibilidad en las instituciones, la reducción de alternativas de empleo para los jóvenes, la ausencia de esperanza sólida en el futuro, etcétera, quedó de manifiesto que el Estado extravió el camino del desarrollo civilizatorio equilibrado. En este sentido, los modelos globales aprendidos durante muchas décadas en las diversas áreas de transformación de la vida, parece que ya no sirven o son poco útiles para avanzar hacia un nuevo proyecto de sociedad virtuosa.

Por ello, hoy es necesario producir una muy profunda reflexión crítica sobre lo que ha sucedido, las consecuencias globales que se han generado, hacia dónde vamos colectivamente y qué se debe hacer como sociedad para retomar acertadamente el camino del crecimiento equilibrado.

Con el fin de alcanzar este objetivo durante los procesos electorales y no electorales, se requiere formar un nuevo e intenso proceso colectivo comunicativo que permita discutir y proponer entre todos los sectores sociales cuáles son las alternativas que permitirán lograr el crecimiento equilibrado para todos los habitantes. De esta manera, se debe superar el modelo de comunicación-mercado impulsado por el neoliberalismo contemporáneo, basado en la promoción del esquema de la superficialidad y el inmediatez noticioso, en el que lo central es la ausencia de profundidad, el momento presente, la promoción de los estímulos, evitar pensar sobre lo prioritario y sólo gozar, sentir y vivir el momento, etcétera.

Por esta razón, ahora es indispensable crear verdaderos procesos ciudadanos de comunicación colectiva incluyentes, especialmente en las fases electorales, sin los cuales lo que surgirá serán los proyectos autoritarios, que más que solucionar los grandes problemas del desarrollo nacional, solamente los postergarán, incrementando así la crisis de la nación.

EN EL ÁMBITO DE FISCALIZACIÓN

17. Es indispensable fortalecer los mecanismos de fiscalización estatales, sobre todo los recursos materiales, organizativos, comunicativos y financieros que los actores políticos en contienda utilizan en los medios de difusión y en otras infraestructuras propagandísticas informales en los momentos electorales, para impedir que existan deformaciones o violaciones a los marcos normativos que regulan la ejecución de las campañas partidistas.

18. Para crear un nuevo orden ético-moral entre los sujetos que participan en los procesos electorales, la nueva versión de la reforma electoral deberá reglamentar que aquellos partidos que no instrumenten, previo al inicio de las campañas, rigurosos y amplios mecanismos de transparencia y rendición de cuentas en todos sus niveles de funcionamiento interno, no deberán tener acceso al uso de los tiempos de Estado para difundir su propaganda partidista. Esto debido a que si de lo que se trata en México es de avanzar, vía los procesos electorales, en la superación del viejo orden político decadente y corrupto heredado del siglo XX con el ejercicio del poder viciado por parte del PRI y con la gobernabilidad del PAN en la primera década del siglo XXI, se debe exigir la transparencia como una de las virtudes centrales de todos los contendientes para construir una nueva democracia.

En consecuencia, si los tiempos de Estado son instrumentos financiados en su totalidad por los impuestos que pagan los ciudadanos, de los cuales el gobierno sólo es un administrador, entonces en fases de sucesión de poderes públicos, la comunidad nacional no debe apoyar la difusión de las propuestas de aquellas organizaciones contendientes que no sean comprobadamente 100% transparentes. Se debe predicar con el ejemplo político. De lo contrario, más que impulsar el avance de la democracia de calidad, se estaría volviendo a pervertirla y a corromperla; y en consecuencia, la sociedad

mexicana no estaría avanzando, sino al contrario: sólo volvería a entrar en una nueva espiral de simulación partidista para conservar el viejo orden político existente en el país al apoyar que se vote por peligrosos sectores partidistas opacos, oportunistas, amorales y quizás hasta corruptos que no cumplen con los mínimos éticos que demanda su investidura como representantes populares.

EN EL ÁMBITO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

19. No obstante el aprovechamiento de todos los mecanismos de gobernabilidad anteriores, debido al profundo deterioro que experimentan los sistemas de representación democrática que existen en el país a principios de este siglo XXI, como son los poderes públicos, las instituciones gubernamentales, los partidos políticos, el Congreso de la Unión, la misma cultura política, etcétera, hoy también es necesario replantear el concepto y la concreción específica de la práctica 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. Ello debido a que las vías de representatividad tradicionales que se han edificado en México están viciadas, desgastadas, podridas o desnaturalizadas por operar durante décadas el viejo concepto de “democracia corrompida”. Dicha democracia corrompida se caracteriza por permitir que continúen en la dirección de la nación los mismos partidos o figuras políticas de antaño que ya no representan los intereses de las mayorías sociales, pero que con campañas de *marketing* propagandístico logran *atarantar* a la población para que los siga apoyando.

Ahora, rescatando el lugar de los ciudadanos, es necesario introducir la filosofía y práctica de la *democracia virtuosa* que verdaderamente iguale a los candidatos y dé oportunidad a todos

los ciudadanos para que participen en la dinámica electoral, y no sólo a grupos privilegiados que se envuelven en esta bandera de progreso político para sacar provechos coyunturales, grupales o personales.

20. Es imprescindible que las diversas organizaciones de la sociedad civil le exijan a los candidatos que compiten por puestos de representación popular, que firmen ante notario público por lo menos 10 acuerdos mínimos para la democratización comunicativa del país, que deberán cumplir en caso de llegar al poder. Tales compromisos deben estar respaldados con formalidades notariales y políticas para que en caso de no cumplirse cabalmente un año después del inicio de su mandato oficial, dichos funcionarios queden obligados a renunciar a su responsabilidad pública por demostrar incompetencia, falsedad política y ausencia de compromiso social. Entre los mínimos comunicativos que tendrán que cumplir los aspirantes, deberán estar contemplados la realización de las garantías básicas que plantea la Constitución política mexicana, como son el respeto al ejercicio del derecho de réplica, al derecho a la información, al derecho a la transparencia comunicativa y a la comunicación social, el derecho de audiencia, etcétera.

21. En caso de que los candidatos aspirantes a puestos de representación colectiva no firmen tales acuerdos civiles mínimos en el ámbito de la comunicación social, éstos demostrarán desprecio por las urgencias mediáticas de la sociedad y, en consecuencia, los ciudadanos deben aplicar el recurso de la resistencia civil en los diversos terrenos de la vida comunitaria. Una de las formas centrales más importantes para ejercer la resistencia civil en las coyunturas electorales será promover el “voto nulo” o “voto blanco” como una vía civilizada de rechazo y deslegitimación de tales miembros de la clase política, por no representar las necesidades fundamentales que demanda la población. Esta acción de presión ciudadana desnudará la actitud prepotente y unilateral de los par-

tidos políticos y de los órganos de gobierno al evidenciar su falta de compromiso comunicativo básico con la sociedad, y a mediano plazo, forzará pacíficamente a dichas instituciones para generar el cambio comunicativo.

22. Con apoyo de las escuelas de comunicación y de la sociedad civil, se requiere establecer *observatorios ciudadanos* que colaboren a realizar monitoreos paralelos sobre las campañas partidistas, especialmente de carácter cualitativo, con objeto de complementar los análisis de legitimidad que debe supervisar el IFE al comparar el comportamiento electoral de todos los actores políticos que intervienen, contra los entramados jurídicos que norman la comunicación política en fases de contiendas políticas en México y que se deben respetar imparcialmente en su totalidad.

23. Mientras se da el cambio normativo en el Congreso de la Unión que permita perfeccionar de fondo el marco de la reforma electoral, las escuelas de comunicación y los grupos de ciudadanos deben participar sistemáticamente en el espacio público, en particular el mediático, exponiendo los resultados de sus investigaciones sobre el grado de participación que los partidos políticos le conceden a la ciudadanía para que ésta tome parte de forma crítica en la discusión de las propuestas de los partidos políticos.

EN EL ÁMBITO DE EJECUCIÓN OPERATIVA

24. Se han planteado alianzas entre partidos políticos radicalmente opuestos entre sí en México, que resultan una enorme perversión política que degrada crecientemente la esencia de la misma. Esto debido a que con dicha estrategia de beneficio coyuntural, la práctica de la política no se eleva, pues no se parte de la discusión profunda entre los oponentes para buscar las coincidencias ideológicas de los contrincantes, con el fin de unirse en un nuevo bloque político que les permita crear otra propuesta de gobierno, sino que éstas se

originan por el miedo y las exigencias que impone el oportunismo del poder para adaptarse rápidamente con ventajas ante el avance de un contrincante político que lleva la delantera en las encuestas de opinión e intentando evitar con ello que gane en las elecciones. Como se han organizado en el país es simplemente llevando a la práctica la expresión popular “Echarle montón al político adelantado”.

En consecuencia, esta práctica institucional oportunista más que edificar el quehacer de la política la degrada, pues su motivación es la conservación de su poder, a costa de lo que sea, y no la elevación de la conciencia ciudadana para contribuir a resolver los grandes problemas que atorran el desarrollo de la nación. Esta tendencia agudizará más la actual crisis de deslegitimación de la política, con su consecuente abonamiento al deterioro social.

25. Es indispensable que la sociedad presione al gobierno para que dote al IFE 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 electrónicos, durante los periodos electorales. Este apoyo es central, pues con dicha infraestructura el IFE supervisará el riguroso cumplimiento de la ley por todos los actores sociales que participan en tales procesos.

EN EL ÁMBITO DE REGULACIÓN DEL PODER MEDIÁTICO

26. 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 respetar el orden de derecho vigente sobre los procesos electorales, para conservar la convivencia social pacífica y el equilibrio nacional

civilizado. Dicho acuerdo debe aplicar rigurosamente las sanciones correspondientes cuando existan violaciones a la ley electoral y no perdonar dichas transgresiones por las presiones que ejercen los poderes mediáticos, como sucedió en México antes y después de las elecciones intermedias de 2009.

27. Ante la posibilidad de contar con candidatos ciudadanos que compitan independientemente en las elecciones regionales y federales, es muy importante que la sociedad genere diversos controles normativos a través de la reforma electoral y de la Ley Federal de Radio y Televisión, para evitar que personas que ya cuentan con mucha popularidad, como artistas, conductores, deportistas, cantantes, actores, etcétera, puedan ser contendientes electorales por el simple hecho de gozar de un gran reconocimiento masivo. Esto debido a que tales figuras podrían ser impulsadas unilateralmente de forma cotidiana con todos los recursos comunicativos de las radiodifusoras y televisoras, convirtiéndose en los francos candidatos del poder mediático, con lo que el proceso democrático quedaría afectado sustantivamente al experimentar una desigualdad en las reglas de competencia electoral.

28. El problema del abuso de los poderes fácticos en los procesos electorales, que todavía sigue vigente, se debe resolver mediante la realización de una profunda y rigurosa reforma a las leyes de radio y televisión y telecomunicaciones, para evitar que la clase política quede nuevamente a merced de los apetitos o caprichos de las fuerzas mediáticas. Así, por ejemplo, se requiere definir con mucha claridad lo que se entiende por compra-venta de propaganda en radio y televisión, porque en la actualidad los consorcios mediáticos comerciales argumentan que esta práctica sólo se puede demostrar si existe de por medio un contrato entre los involucrados, y cuando los candidatos o partidos pagan en *cash* o de forma anticipada, entonces esta irregularidad no se puede comprobar. Por consiguiente, para evitar dicha situación jurídica

jabonosa tal tipificación debe cambiarse por el concepto de uso o administración electoral del tiempo en las empresas de comunicación, para que abarque todas las modalidades informativas amplias que se practican en los medios.

29. Doscientos años después de la construcción histórica del Estado mexicano, ahora es necesario realizar una profunda discusión sobre la naturaleza del nuevo Estado mestizo contemporáneo que ha emergido en el país y que desbanca al típico Estado republicano tripartita heredado del pasado. Así, contrariamente a la doctrina jurídica tradicional, la evidencia histórica demuestra que el Estado actual ya no está conformado por la acostumbrada fórmula de los tres poderes republicanos convencionales (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), sino que a principios del siglo XXI está compuesto, por lo menos, por cuatro poderes reales, donde destaca el avance sustantivo del poder mediático: Poder Ejecutivo, Legislativo, Judicial y el *poder mediático*, dando origen a un nuevo tipo de Estado de naturaleza mestiza.

La realización de esta nueva precisión conceptual es de capital relevancia para la construcción de la moderna democracia concreta en México, pues siguiendo la vieja teoría del Estado tripartita republicano, el gobierno y la sociedad sólo han instrumentado mecanismos de renovación recurrente de estos tres poderes públicos constitucionales convencionales y nunca han discutido la renovación de los roles de los poderes fácticos que ejercen igual o más poder rector efectivo sobre las comunidades, impactando sustantivamente en el proceso de la gobernabilidad nacional. Sin embargo, tales fuerzas sociales en ningún momento son elegidas o renovadas por la voluntad de la sociedad, sino que existen y se reproducen unilateralmente por la fuerza mediática con la que se le imponen al Estado y a las comunidades nacionales, sin atravesar por procesos públicos de elección colectiva.

30. Derivado del actual sistema político que opera en el país, sea el candidato o el partido o la institución que ganen en los comicios después de aplicar todos los mecanismos de perfeccionamiento que formule la reforma electoral, en la vida cotidiana tal sujeto o institución triunfadora igualmente quedará subordinado al sistema de intereses, caprichos y fuerza que imponen los poderes facticos mediáticos y, en consecuencia, sus márgenes de soberanía tendrán límites reales muy precisos que no resuelve dicha normatividad electoral. Por ello, la reforma electoral debe incluir urgentemente un capítulo especial muy enérgico dedicado a la regulación de los poderes fácticos comunicativos con el espíritu del mandato que señala la Constitución política mexicana, especialmente de aquellos poderes que han llegado a una etapa fáctica salvaje, es decir, que ya no pueden ser controlados. De lo contrario se estará aceptando la institucionalización formal de una democracia parcializada y, por lo tanto, artificial o fantasiosa que continuará reforzando el fenómeno del Estado fallido en México.

EN EL ÁMBITO DE INTERNET

31. Es necesario contemplar que al comienzo de la segunda década del siglo XXI, nos encontramos en una nueva etapa silenciosa de evolución del paradigma tradicional de la comunicación en la que el antiguo modelo de “medios masivos abiertos” ya no es el modelo hegemónico en el país, sino que ahora ha surgido rápida y versátilmente otro nuevo esquema de comunicación con la interacción de la red de internet. Este reciente tipo comunicativo se está convirtiendo en el novel sistema nervioso interactivo que articula diariamente a la sociedad contemporánea, en especial a los jóvenes.

Así, el siglo XX fue la etapa histórica de la difusión de la macroinformación en la que algunos emisores dominantes enviaron por medio de la prensa, el cine, la radio y la televisión billones de

informaciones cotidianas a las comunidades, las cuales actuaron como condicionantes culturales para crear la nueva sociedad mexicana moderna, pero sin permitir que a través de dichas instituciones mediáticas la sociedad se comunicara consigo misma, con el Estado o con los partidos. Sin embargo, ahora en el siglo XXI es posible que vía la incorporación de las nuevas tecnologías de interacción social que ha introducido el internet, emerja el siglo de la comunicación en el que la sociedad produzca la comunicación que necesita para comunicarse consigo misma, con los partidos políticos y con el Estado, con el fin de generar la comunicación que les permita sobrevivir.

32. Para evitar regresar a la etapa histórica de la imposición de un pensamiento único del partido dominante, de los monopolios comerciales o del gobierno en el poder, es necesario crear condiciones que permitan la permanente discusión de las ideas, concepciones, cosmovisiones sobre el modelo de crecimiento a seguir y de los grandes conflictos de la agenda nacional. Por ello, mientras se avanza en el cambio de las instancias anteriores la sociedad civil debe utilizar todos los progresos que aporta la revolución de la sociedad de la información, como son el nuevo sistema nervioso que construyó la presencia de internet, el tejido interactivo de las computadoras, las cámaras web, los teléfonos celulares, las redes sociales, etcétera, para facilitar que la sociedad civil se comunique, con el fin de organizarse para polemizar con los partidos políticos las estrategias de resolución de las grandes contradicciones que atorán el desarrollo de las comunidades.

33. Finalmente, siendo que el único espacio colectivo de interacción abierta con que cuenta hoy día la sociedad mexicana para comunicarse libre y pluralmente es el ciberespacio, las escuelas de comunicación y la sociedad civil organizada deben oponerse enérgicamente en conjunto, a toda costa, en todas las zonas de expresión social, ante las tentaciones autoritarias de control que

surgen en los partidos políticos para subordinar a los intereses de su poder político-burocrático este nuevo recurso interactivo de comunicación colectiva. Así, al practicar dichos partidos el vicio de la “democracia a la mexicana” piensan que ellos deben fiscalizar todos los espacios de expresión de las comunidades para ejercer su poder rector como “representantes legítimos de las mayorías”.

Internet debe continuar existiendo permanentemente como un instrumento sin regulación burocrática que permita que la sociedad se comunique consigo misma para resolver sus necesidades de desarrollo. Incluso, en los procesos electorales debe quedar liberado, salvo cuando se trate de casos de violaciones flagrantes que presenten a través de páginas de partidos o de empresas específicas denigraciones, calumnias o manipulaciones a algún candidato o institución política.

En este sentido, internet es el instrumento colectivo de los ciudadanos que les posibilita crear un espacio libre y libertario para renovar a la sociedad y refundar a la República hacia nuevos rumbos históricos. Esto es, internet es el único espacio de comunicación colectiva libre y eficaz con el que actualmente cuenta la sociedad para crear sus propias dinámicas de organización, participación y reproducción cotidianas, con el fin de crear otras bases civilizatorias para construir una nueva sociedad en el siglo XXI.

Mediante la incorporación de estas acciones estratégicas civilizadas y otras más que colaboren a perfeccionar los procesos electorales, se fortalecerá la tendencia histórica orientada a la reconstitución del Estado-nación. Directriz que fue impulsada en los últimos años, en primer término, por la acción de la SCJN al cancelar en 2007 el avance de la Ley Televisa; y en segundo término, por la aprobación en el Congreso de la Unión de la nueva reforma electoral, con la cual se pretendió subsanar los vacíos que existían en los cimientos del sistema de renovación democrática de los poderes públicos en el país.

Así, con la ejecución de estas iniciativas, la sociedad civil contribuirá de forma relevante a edificar una democracia deliberativa de mayor calidad que genere elecciones más limpias y maduras, que ofrezcan mayor armonía y paz social para el país. Mediante ello, se podrá contribuir a evitar que la profunda crisis sistémica que experimenta la sociedad se agudice más en las próximas décadas del siglo XXI, ahondando el colapso democrático y civilizatorio de las comunidades del país que se ha alcanzado con un alto costo social.

Por ello, ahora le corresponde a la clase política mexicana demostrar históricamente que le interesa profundizar en el diseño de la reforma electoral a favor de la ciudadanía, para contribuir a resolver las grandes necesidades de desarrollo urgente que enfrenta la sociedad mexicana, especialmente en el terreno comunicativo; y no simplemente para blindarse como partidocracia y operar como instituciones políticas para ser más corruptas, unilaterales, prepotentes, insensibles e irresponsables ante la ciudadanía, como lo han hecho en el pasado. Esta última vía sólo acrecentará de manera más intensa el profundo colapso político de representatividad y de credibilidad que ya arrastran los partidos, y acentuará fuertemente las contradicciones de la gobernabilidad nacional.

Con ello, el sector político mexicano comprobará que no aprendió nada de los movimientos emancipadores de la Independencia y la Revolución, conmemorados recientemente, y será responsable de que la resolución de los conflictos de la agenda nacional se canalicen por las vías violentas del “México bronco” y no por las alternativas pacíficas que se construyeron con la frágil democracia electoral que tenemos desde principios del siglo XXI en el país.

XIV. FUENTES CONSULTADAS

- “Abanderan con convicción causas ecologistas”. 2009. *Reforma*. 1 de julio. Disponible en www.búsquedas.gruporeforma.com (consultada el 8 de septiembre de 2011).
- “Advierte Moreira su rebelión electoral”. 2007. *Reforma*. 17 de septiembre.
- Almeyra, Guillermo. 2009. El Estado en la mundialización. En *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, coord. Gerardo Ávalos Tenorio. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco-División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- AMEDI. Asociación Mexicana del Derecho a la Información. 2011. “Lamentable condescendencia del Tribunal Electoral con el capricho de las televisoras”. *Boletín AMEDI* 30(3). Disponible en www.amedi.org.mx.
- “Ante críticas, el IFE hace otra propuesta para regular derecho de réplica en medios”. 2011. *La Jornada*. 16 de junio.
- “Aprueba Senado sin cambios, reforma a ley de medios”. 2006. *El Universal*. 31 de marzo.
- “Aprueba la Cámara de Diputados reforma electoral: 408 votos a favor”. 2007. *Crónica*. 15 de septiembre.
- “Aprueban reforma electoral”. 2007. *El Universal*. 13 de septiembre.
- “Aprueban por unanimidad la reforma”. 2007. *Reforma*. 12 de septiembre.
- “Aprueba Edomex reforma electoral”. 2007. *Reforma*. 21 de septiembre.
- “Aprueban la Minuta en Colima”. 2007. *Reforma*. 29 de septiembre.
- “Apuntalan spots guerra electoral”. *Excelsior*. 2009. 2 de mayo.
- “Aprueba IFE el reglamento de radio y tv”. 2011. *La Jornada*. 27 de octubre.
- “Avalan diputados la reforma electoral”. 2007. *La Jornada*. 15 de septiembre.

- “Avala IFE presencia creciente de candidatos en radio y televisión”. 2009. *La Jornada*. 25 de junio. Disponible en www.jornada.unam.mx.
- Ávalos Tenorio, Gerardo, coord. 2009. *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco-División de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Aziz Nassif, Alberto, y Jorge Alonso. 2009. *México, una democracia vulnerable*. México: Editorial Porrúa/ CIESAS.
- Becerril, Víctor. 2004. “Tv privada gana oro en frivolidad”. *Zócalo* 55, sección Comunicación.
- “Busca la autoridad electoral establecer las bases para el ejercicio del derecho de réplica”. 2007. *La Jornada*. 3 de julio.
- Calleja, Aleida. 2005. “Los cangrejos en el Congreso”. *Etcétera*. Suplemento Especial. México, diciembre. Disponible en www.etcetera.com.mx.
- Cámara de Senadores. 2007. “Decreto por el que se reforman los artículos 6º, 41, 85, 99, 108, 116 y 122, se adiciona el artículo 134 y se deroga un párrafo al artículo 97 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos”. México: H. Congreso de la Unión, Salón de Sesiones.
- Cárdenas García, Jaime. 2006. *Poderes fácticos e incompatibilidades parlamentarias*. México: UNAM-IJ.
- Carriedo, Luis Miguel. 2005. “Albazo”. *Etcétera*. Disponible en www.etcetera.com.mx. (Diciembre).
- Casar, María Amparo. 2009. “Anatomía de una reforma electoral”. Revista *Nexos* 380 (agosto).
- “CIRT presenta recurso contra nuevo reglamento de radio y tv”. 2011. *El Economista*. 7 de julio.
- “Cirugía mayor a ley de medios, empujan senadores”. 2006. *El Universal*. México, D.F. 24 de febrero.
- “Comunicado de la CIRT”. 2011. *Milenio Diario*. 7 de julio.
- “Comunicado AIR”. 2011. *Excélsior*. 19 de julio.

- “Concesionarios de radio y tv impugnan al IFE”. 2011. *Excélsior*. 7 de julio.
- “Concretan estados reforma electoral”. 2007. *Reforma*. 28 de septiembre.
- “Concretan estados reforma electoral”. 2007. *Reforma*. 28 de septiembre.
- Corral Jurado, Javier. 2006. “Nueva simulación”. Periódico *El Universal*. México, 28 de febrero, sección Editorial.
- . 2011. “La publicidad en las campañas electorales: ¿Legítima o ilegítima?”. Página web de Javier Corral, Sección Ponencias, diputado Javier Corral Jurado, Partido Acción Nacional (PAN), Cámara de Diputados, Congreso de la Unión, México, consultada el 25 de agosto de 2011. <http://www.javiercorral.org>.
- y Pablo Arredondo Ramírez. 2007. *Ley Televisa: Balance y prospectiva*, Guadalajara: Instituto de Investigaciones para la Innovación y la Gobernanza, Universidad de Guadalajara/AMEDI.
- CPEUM. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. 2010. Info-Jus, IJ-UNAM. Disponible en <http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/9/3.htm?s=> (consultada el 10 de octubre de 2011).
- “Critican que Televisa *alquile* sus actores a partidos”. 2008. *Reforma*. 28 de junio. www.buscudas.gruporeforma.com (consultada el 5 de septiembre de 2011).
- “Críticas acaparan debate de partidos: Aceptaron invitación del IEDF sólo grupos políticos de minoría”. 2009. *El Universal*. 1 de julio.
- “De los reflectores a la política”. 2009. *Reforma*. 1 de julio. Disponible en www.buscudas.gruporeforma.com (consultada el 5 de septiembre de 2011).
- “Debate se redujo a una plática televisiva”. 2009. *Excélsior*. 25 de junio. Disponible en <http://www.exonline.com.mx>. Sección Nacional.
- “Diputados prevén una aprobación *‘Fast track’*”. 2007. 13 de septiembre.
- DOF. Diario Oficial de la Federación. 2011. Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral por el que se reforma el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral. 30 de junio.

- Disponible en www.dof.gob.mx (consultada el 1 de septiembre de 2011).
- “El TEPJF da la razón a la CIRT y anula reformas sobre spots”. 2011. *La Jornada*. 15 de septiembre.
- “El IFE prepara regulación al derecho de réplica por orden del TEPJF”. 2011. *La Jornada*. 16 de junio. Disponible en www.animalpolitico.com.mx.
- “El IFE podrá sancionar al medio que no conceda derecho de réplica”. 2011. *Contenido*. 24 de junio. Disponible en www.contenido.com (consultada el 30 de septiembre de 2011).
- “El Senado aprueba la reforma electoral”. 2007. *El Universal*. 13 de septiembre.
- “El Senado no se dobló, pasa reforma electoral”. *El Financiero*. 2007. 13 de septiembre.
- “Elabora el IFE nueva reforma al reglamento de radio y tv”. 2011. *La Jornada*. 24 de septiembre.
- Elizondo Meyer, Carlos. 2007. “Estados en rebelión”. *Reforma*. 21 de septiembre, sección Editorial.
- “Embiste Místico contra indecisos”. 2009. *Reforma*. 22 de mayo.
- “Escandalosa sumisión del TEPJF a medios electrónicos: AMEDI”. 2011. *La Jornada*. 17 de septiembre.
- Esteinou Madrid, Javier. 2004. La videopolítica, los videoescándalos y la sucesión presidencial en México. En *Anuario de Investigación de la Comunicación*, XI, ed. Bernardo Russi Alzaga. México: Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Universidad Intercontinental.
- . 2005a. “La contra reforma comunicativa en México y sus consecuencias sociales”. *Argumentos* 48 y 49 (diciembre), 165-90.
- . 2005b. “Transición política y escándalos mediáticos”. *Versión* 15 (junio): 207-246.
- . 2006. “La Ley Televisa y la disputa por la nación”. *Jurípolis, Revista de Derecho y Política* 2 (4) diciembre, 153-98.

- . 2007a. Pérdidas y ganancias de la sociedad mexicana con la *Ley Televisa*. En *Anuario de Investigación de la Comunicación XIV*, ed. Ma. Antonieta Rebeil. México: Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Universidad Autónoma Metropolitana/Universidad Anáhuac/Universidad del Estado de México/Universidad del Valle de México/Universidad Simón Bolívar, 59-85.
- . 2007b. Videopolítica, videoescándalos y la sucesión presidencial. En *La cultura del espectáculo y el escándalo: Los media en la sociedad actual*, coord. Nery Córdova, 69-104. México: Facultad de Ciencias Sociales, Campus Sinaloa.
- . 2008. La Suprema Corte de Justicia y el rescate comunicativo del Estado nación: El caso de la *Ley Televisa*. En *Anuario de Investigación de la Comunicación XV*, coord. Ma. Antonieta Rebeil Corella. México: Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Universidad Iberoamericana/Universidad Autónoma de San Luis Potosí/Universidad Anáhuac, 59-85.
- . 2009a. “El origen ético moral de la crisis del modelo de la *Economía Basura*”. *Mediaciones* 5. Revista de Ciencias Sociales y de Comunicación. Disponible en <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS2/Indice/indice.html> (consultada el 4 de septiembre de 2012).
- . 2009b. La función del modelo de comunicación casino en la crisis del sistema neoliberal contemporáneo. En *Anuario de Investigación de la Comunicación XVI*, coord. Manuel Ortiz Marín. Mexicali: Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación/Universidad Iberoamericana, 123-74.
- . 2010a. “La cultura parasitaria y el colapso sistémico neoliberal”. *Revista Argumentos* 63. *Estudios Críticos de la Sociedad Nueva Época* (mayo-agosto): 61-87.
- . 2010b. La función de los medios de difusión colectivos en el desarrollo de las sociedades contemporáneas. En *Sociedad, desarrollo*

- y *movilidad en comunicación*, ed. Jorge Nieto Malpica. Tamaulipas: Universidad Autónoma de Tamaulipas-Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales, 44-56.
- . 2010c. 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, del XV Encuentro Nacional del CONEICC: La comunicación que necesitamos, el país que queremos, 6 al 9 de octubre, México, DF.
- . 2010. “Bicentenario; medios electrónicos colectivos y fortalecimiento del Estado fallido en México”. *Revista Razón y Palabra* 74, “Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal”, coord. Ana Belén Fernández Souto. México: ITESM Campus Estado de México-Departamento de Comunicación, noviembre 2010-enero 2011. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx>.
- y Alma Rosa Alva de la Selva, coords. 2009. *La Ley Televisa y la Lucha Por el Poder en México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana/Fundación Friederich Ebert/Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México/Senado de la República/Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC)/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)/ Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)/ Centro Nacional de Comunicación Social (CENCOS)/Fundación Manuel Buendía (FMB).
- “Estudia IFE regular derecho de réplica”. 2011. *Etcétera*. Disponible en <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=8036> (consultada el 29 de septiembre de 2011).
- “Externan en San Lázaro apoyo a reforma electoral”. 2007. *La Jornada*. 13 de septiembre.
- Fernández Christlieb, Paulina. 2009. De la transición a un autoritarismo renovado. En *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, coord. Gerardo Ávalos Tenorio. México: Universidad Autónoma Metropolitana, División de Ciencias Sociales y Humanidades.

- Franco, Darwin, y Orozco Gómez. 2011. "Y la publicidad política integrada en la ficción". Revista *Zócalo* 138 (XI) agosto.
- "Frentes políticos". 2011. *Excélsior*. 14 de junio.
- García Rubio, Claudia I. 2009. "Reforma electoral y televisión. Los formatos de los mensajes políticos después de la reforma electoral". *El Cotidiano* 155 (mayo-junio).
- "Grotesco espectáculo de televisoras". 2004. *Zócalo*. Septiembre. Sección Comunicación.
- IFE. Instituto Federal Electoral. 2009. *Informe general sobre la implementación de la Reforma Electoral durante el proceso 2008-2009*. México.
- "IFE dice sí al debate, pero entre todos los partidos". 2009. *Milenio Diario*. 4 de junio. sección Política.
- "Impone la CIRT recursos masivos contra modificaciones al reglamento de radio y tv". 2011. *La Jornada*. 7 de julio.
- "Impugnará la CIRT nueva norma del IFE". 2011. *La Jornada*. 4 de julio.
- Islas Reyes, Laura. 2005. "El momento propicio". *Etcétera*. Suplemento Especial, diciembre: VIII. Disponible en www.etcetera.com.mx.
- "La CIRT apela el reglamento de radio y tv del IFE". 2011. *Milenio Diario*. 7 de julio.
- "La irresponsabilidad de la Presidencia". 2005. Editorial. *Etcétera*. (Diciembre). Disponible en www.etcetera.com.mx (consultada el 3 de septiembre de 2011).
- "La radio y tv. mexicana acuden al Poder Judicial Federal ante las arbitrariedades del IFE". 2011. *Excélsior*. 7 de junio.
- "Lamenta Maite abstencionismo". 2009. *Reforma*. 10 de julio. Disponible en www.busquedas.gruporeforma.com (consultada el 26 de agosto de 2011).
- "Lapsos iguales y derecho de réplica". 2011. *La Jornada*. 23 de septiembre.
- "Llama Corral a cerrar filas con el IFE para restituir los cambios al reglamento de radio y televisión que revocó el TEPJF". 2011, 21 de

- septiembre. Comunicado 127. Oficina de Comunicación, diputado Javier Corral Jurado. 2011. México.
- “Llevan a estados disputa por *spots*”. 2007. *Reforma*. 15 de septiembre.
- Mejía Barquera, Fernando. 2005. “Los diputados deben una explicación”. *Etcétera*. Suplemento Especial, (diciembre): VI y VII. Disponible en www.etcetera.com.mx (consultada el 16 de septiembre del 2011).
- Meléndez Preciado, Jorge. 2004. “Atenas otro fracaso de Fox”. *Periódico Zócalo* 55 (V), septiembre, sección Comunicación.
- Monsiváis, Carlos. 1985. “Televisión y radio, ajenas a la discusión política. Campañas electorales, espacios deshabitados”. *Siempre*. Suplemento cultural 444, México.
- “Multa el IFE a Tv Azteca porque no transmitió 5 mil 734 promocionales. Deberá pagar más de \$62 millones de pesos”. 2008. *La Jornada*. 28 de julio. sección Política.
- Narvárez H. José Ramón. 2010. *Derechos indígenas y candidaturas plurinominales. Acción afirmativa indígena en la selección de candidatos por el principio de RP*. México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- “Ni una coma, fue la consigna”. 2006. *El Universal*. 31 de marzo.
- “Niega magistrado sumisión a concesionarios de radio y tv”. 2011. *La Jornada*. 25 de septiembre.
- “No pasará la reforma electoral”. 2007. *El Universal*. 17 de septiembre.
- Novelo Urdanivia, Federico. 2009. Desarrollo y democracia en México. En Ávalos 2009.
- “Oaxaca aprueba reforma política”. 2007. *El Universal*. 20 de septiembre.
- Pacheco Méndez, Guadalupe. 2007. “Competitividad y sistema de partidos en México”. *Veredas*. Revista del Pensamiento Sociológico 14 (8): 32-57.
- Pareja Sánchez, Norma. 2009. “Las elecciones intermedias a la sazón de la Reforma Electoral del 2007. El aprendizaje del 2006 en materia de medios de comunicación”. *El Cotidiano* 155 (mayo-junio).

- Peña, Ricardo de la. 2007. "Las encuestas electorales previas a la elección presidencial del 2006: Reflexiones para el debate". *Veredas, Revista del Pensamiento Sociológico*, 14 (8): 7-34.
- "Presentan PRI y PVEM recurso contra reglamento de radio y tv". 2011. *La Jornada*. 2 de julio.
- "Presenta IFE a concesionarios y permisionarios de Radio y Televisión sugerencias de Lineamientos para cobertura de actividades de Precampaña y Campaña de Partidos Políticos". 2011, 20 de septiembre. Comunicado de Prensa 172. Disponible en www.ife.org.mx.
- "PRD llama al Senado a no aprobar reforma a medios". 2006. *El Universal*. 23 de enero.
- "Promete desnudo por votos". 2010. *Reforma*. 4 de febrero.
- "Queda en \$22 millones multa a Tv Azteca por omitir espots". *La Jornada*. 2008. 29 de julio. Sección Política.
- "Querétaro aprueba la Minuta". 2007. *El Financiero*. 4 de octubre.
- "Recurre el PAN a deportistas". 2009. *Reforma*. 2 de mayo.
- "Reciclan propuestas en el Partido Verde". 2009. *Reforma*. 8 de junio.
- "Revela Araiza: Televisa me invitó a la campaña". 2009. *Reforma*. 27 de junio.
- Revueltas, Andrea. 2009. Antecedentes históricos de la crisis política actual. En *Ávalos 2009*.
- Salmerón Acevedo, Jesús. 2004. "Los Medios de Comunicación y la Cultura Política". *Voces del Periodista* 94 (VIII), 1 al 15 de septiembre.
- Sánchez Gudiño, Hugo. 2011. 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*, coords. Hugo Sánchez Gudiño y Hugo Farrera Bravo, 19-62. México: Miguel Ángel Porrúa/UNAM-Facultad de Estudios Superiores de Aragón.
- y Hugo Farrera Bravo, coords. *Pasado, presente y futuro de los partidos políticos en México*. México: Miguel Ángel Porrúa/ FESA-UNAM.

- Senado de la República. 2005. "Iniciativa que Reforma, Adiciona y Dero-
ga Diversas Disposiciones de la Ley Federal de Telecomunicaciones
y de la Ley Federal de Radio y Televisión". México: Senado de la
República, LIX Legislatura.
- "Sigue la niña Mariana en los spots del PRD". 2009. *Milenio Diario*.
31 de mayo.
- "Sin cambios avanza en San Lázaro la reforma electoral". 2007. *El Uni-
versal*. México, D.F. 14 de septiembre.
- "Sin espots el PAN arranca su campaña". 2009. *La Jornada*. 3 de mayo.
- Soto Reyes Garamendia, Ernesto. 2007. "México: Gobernabilidad elec-
toral en la coyuntura del 2006". *Veredas. Revista del Pensamiento
Sociológico* 14 (8): 145-166.
- Sosa Plata, Gabriel. 2009. "Medios Electrónicos, democracia y elec-
ciones". *El Cotidiano. Revista de la Realidad Mexicana Actual* 155
(mayo-junio).
- "Sufren candidatos metamorfosis electoral". 2009. *Reforma*. 18 de
mayo.
- Toussaint, Florance. 2009. "La política como espectáculo". *Proceso*, 1703
(junio) (consultada el 11 de septiembre de 2011).
- Trejo Delarbre, Raúl. 2005. "En siete minutos". *Etcétera*. Suplemento
Especial (diciembre) I a III. www.etcetera.com.mx.
- "TRIFE echa atrás reglas sobre spots. El Tribunal indica que quedarán
vigentes lineamientos de 2008". 2011. 15 de septiembre, [www.
eluniversal.com.mx](http://www.eluniversal.com.mx).
- Turcott, Levario. 2011. "El IFE, la CIRT y el Derecho de réplica". *Etcétera*
(junio). <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=8140>
(consultada el 29 de septiembre de 2011).
- Ugalde, Luis Carlos. 2009. "La reforma regresiva". *Nexos* 380 (agosto),
Ciudades tomadas.
- "Usar artistas en espots es un fraude para electores: Navarrete". 2009.
Agencia de Noticias Notimex.

- VV. AA. Varios autores. 2010. Pensar el futuro de México. Colección conmemorativa de las revoluciones centenarias. 18 tomos. México: División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana. Disponible <http://dcsh.xoc.uam.mx/pensarelfuturodemexico> (consultada el 5 de octubre de 2011).
- . 2010. Los grandes problemas de México. 70 Aniversario de El Colegio de México 1940-2010: Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución. México: El Colegio de México. Disponible en <http://2010.colmex.mx/tomos2.html> (consultada el 4 de septiembre de 2011).
- “Va reforma pese a TV”. 2007. *Reforma*. 13 de septiembre.
- Velázquez Velázquez, Daniel. 2011. Prólogo. En Sánchez y Farrera 2011.
- Villamil, Jenaro. 2010. *El sexenio de Televisa. Conjuras del poder mediático*. México: Grijalvo.
- Villanueva, Ernesto. 2011. *Más del IFE: Réplica sin derecho*. México. Disponible en http://ernestovillanueva.blogspot.mx/2011_07_01_archive.html (consultada el 6 de agosto de 2011).
- Woldenberg, José. 2009. La próxima Reforma Electoral. En *Rumbo a los Pinos en el 2006. Los candidatos y los partidos políticos en el espacio público*, coord. Adrián Gimete-Welsh, 279-281. México: Miguel Ángel Porrúa/Universidad Autónoma Metropolitana.
- Yuste, José. 2005. “Sigilo legislativo”. *Etcétera*, Suplemento especial, (diciembre): IV y V. Disponible en www.etcetera.com.mx (consultada el 25 de octubre de 2011).
- Zuckerman, Leo. 2011. “Cárcel por derecho de réplica”. *Excélsior*, 14 de junio, Editorial.

*Hacia un modelo ciudadano de comunicación electoral
para la construcción de la democracia en México*
es el número 36 de la serie Temas selectos
de Derecho Electoral.

Se terminó de imprimir en abril de 2013
en la Coordinación de Comunicación Social del Tribunal
Electoral del Poder Judicial de la Federación,
Carlota Armero núm. 5000, colonia CTM Culhuacán,
CP 04480, delegación Coyoacán, México, DF.

Su tiraje fue de 1,500 ejemplares.