

El modelo de comunicación de la reforma electoral y la construcción de la democracia en México

*Javier Esteinou Madrid**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, UNIDAD XOCHIMILCO

.....

Resumen: Pese al reconocimiento de las virtudes alcanzadas en el ámbito de la comunicación política por la reforma electoral aprobada en el Congreso de la Unión en 2007, también es necesario examinar de manera crítica las limitaciones y consecuencias que produjo comunicativamente sobre la construcción de la democracia ciudadana en México. Esto debido a que la reforma también generó muchos fenómenos opuestos a la auténtica democracia sustantiva al no atender las necesidades fundamentales de comunicación de las comunidades nacionales que han sido demandadas durante muchas décadas.

Palabras claves: Reforma electoral, comunicación política, Instituto Federal Electoral, cambio comunicativo, legislación electoral.

Abstract: *The electoral reform, passed by the 'Congreso de la Unión' (Congress of the Union) in 2007, acknowledged several virtues in terms of political communications. However, it is necessary to analyze the limitations and consequences that this Reform brought to the construction of democracy in terms of mass communication in Mexico. The Reform generated a series of phenomena opposed to authentic democracy, because it did not attend to the basic communicational needs that the national communities have demanded for several decades.*

Keywords: *Electoral reform, political communication, Federal Electoral Institute, communicative change, electoral legislation.*

* Investigador titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. jesteinou@gmail.com

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

Después de varias décadas en las que el Estado mexicano renunció a ejercer su responsabilidad rectora y equilibradora en el terreno de la comunicación colectiva, fue hasta el 7 de junio de 2007 que siguiendo el claro veredicto que planteó la Suprema Corte de Justicia de la Nación al anular la *Ley Televisa*, que el Poder Legislativo resucitó la herencia y riqueza constitucional altamente reivindicadora del proyecto de comunicación nacional que generó las bases para que se crearan otras transformaciones profundas en el modelo de difusión colectiva en el país. Fue hasta ese período histórico cuando el Congreso de la Unión reaccionó para rescatar su naturaleza de Estado nación y reconquistó su fuerza estructuradora como poder central sobre la colectividad en el ámbito comunicativo. Para ello, realizó la reforma electoral con la cual formuló nuevas reglas y fijó límites constitucionales precisos a la acción de los poderes comunicativos salvajes¹ que anteriormente habían socavado la soberanía del Estado, especialmente en los períodos electorales, y se creó un nuevo horizonte para la edificación de un proceso de comunicación política diferente y de algunos otros aspectos del sistema de comunicación social en la república (Casar, 2009: 68 a 71).

De esta manera, la segunda acción que realizó el poder republicano para rescatar al Estado nación comunicativo, posteriormente de la anulación de la *Ley Televisa* por la Suprema Corte de Justicia, se efectuó cuando, siguiendo los pronunciamientos previos que establecieron los ministros de la Corte sobre la esencia del proyecto de comunicación nacional, el Poder Legislativo modificó nueve artículos de la *Constitución Política Mexicana* y aprobó sorpresivamente la reforma electoral sin que la fuerza del tradicional poder mediático conservador la pudiera obstaculizar. Así, el 12 de septiembre de 2007 se aprobó la reforma electoral en el Senado de la República con 111 votos a favor y 11 en contra (Aprueban por unanimidad ..., 2007), y el 14 de septiembre en la Cámara de Diputados con 361 votos a favor, 30 en contra y 2 abstenciones (Externan en San Lázaro ..., 2007). Posteriormente, dicho nuevo acuerdo jurídico fue legitimado el 9 de octubre por 30 estados federados de la república mexicana que la valoraron como un importante avance para la democracia mexicana (Llevan a estados disputa ..., 2007), excepto el

¹ Los poderes salvajes son aquellas fuerzas sociales que han rebasado los mecanismos de control del Estado, y en consecuencia, no pueden ser acotadas por éste, presionando sustantivamente su desempeño.

gobierno de Coahuila que la rechazó por considerar que atentaba contra la libertad de expresión (Advierte Moreira, 2007).

Con esta acción política el Poder Legislativo se liberó parcialmente de la fuerte influencia que durante varias décadas ejercieron los poderes fácticos mediáticos para manejar o manipular los procesos ideológicos de las elecciones en México y creó nuevas condiciones normativas para aparentemente realizar procesos electorales más diáfanos e imparciales (Ponce, 2009: 263 a 267; y Porras, 2009: 277 a 297). Es decir, esta iniciativa colocó límites constitucionales firmes a la fuerza de la mediocracia durante las fases de renovación de los poderes públicos en el país y les devolvió a los partidos políticos todo su poder ideológico para realizar libremente las campañas propagandísticas sin presiones mediáticas sobre éstos.

II. LAS REPERCUSIONES POLÍTICO SOCIALES DEL NUEVO MODELO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

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

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

Sin embargo, no obstante el reconocimiento de estos triunfos que manifestó la clase política y diversos sectores de intelectuales de oposición

sobre las virtudes alcanzadas por la reforma electoral, esta acción de consentimiento prematuro impidió reflexionar de manera fríamente crítica sobre el objetivo y la modalidad con la cual los partidos políticos utilizaron el acceso a los medios de difusión masivos, 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 reconoció en algunos momentos, diversos aspectos imperfectos de la misma 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.

Por ello, es demasiado superficial y peligroso reconocer con tanta premura este “balance tan positivo” y aprobarla consensualmente para el futuro como el fundamento acertado para la “creación de un nuevo modelo avanzado de comunicación social” que deberá de aplicarse durante los futuros procesos electorales en el país, sin un examen más riguroso de la misma. Esto debido a que en términos de edificación de la democracia ciudadana en México, la reforma también produjo muchos fenómenos opuestos a la auténtica democracia sustantiva, que supuestamente era la finalidad que pretendía lograr, ya que la sociedad no aumentó su capacidad de comunicación política plural con los partidos, con el gobierno y con las comunidades; sino que este cambio electoral sólo fue un instrumento jurídico que benefició a la actual estructura de poder de la clase política en el gobierno que experimenta un proceso de descomposición institucional y no atendió la necesidad imperiosa de participación pública de las comunidades nacionales que la han demandado durante muchas décadas.

Debido a esta situación, es necesario afirmar que no obstante los aspectos favorables que se conquistaron con la aplicación del modelo de comunicación política en las elecciones intermedias de 2009, de igual forma emergieron múltiples aspectos negativos que no fueron de naturaleza secundaria sino de relevancia central y que impactaron significativamente sobre el proceso democrático de la renovación de los poderes en México. Dentro de dichos aspectos figuraron, entre otras, los siguientes cinco niveles de funcionamiento de la comunidad nacional en diversas áreas de la acción social:

1. ¿Modelo de información o modelo de comunicación?

Contrariamente al planteamiento central que sostuvo la filosofía de la reforma electoral en el sentido que con sus modificaciones jurídicas introduciría un nuevo modelo de comunicación política en México, es necesario subrayar que lo que realmente construyó con todo rigor esta iniciativa normativa fue un moderno prototipo de simple transmisión de

información electoral de los partidos a los votantes y no de comunicación política en sentido estricto entre los diversos actores que participaron en el proceso. Ello debido a que lo que se incorporó fue únicamente un importante cambio en el proceso de difusión masiva de la información política electoral del emisor dominante tradicional, que era el poder mediático monopolístico privado que en años anteriores se había apoderado y abusado de la dinámica electoral, por otro emisor igualmente dominante y monopolístico que fueron los partidos políticos; pero no se agregó ningún elemento de interacción o apertura para generar una dinámica de comunicación o participación bilateral de los partidos entre sí mismos, de los partidos con la sociedad o de la sociedad con los partidos.

Dentro de esta conceptualización es sumamente relevante diferenciar una y otra realidad pues es totalmente distinto edificar en México y en cualquier latitud del planeta una “democracia de información” donde sólo interviene de manera preponderante un polo emisor que difunde mensajes unilaterales a una mayoría de receptores para estructurar un sentido o saber colectivo coyuntural, aparentemente más abierto, sin la participación activa o contestataria del resto de la sociedad; a producir una “democracia comunicativa” que implica que el emisor dominante además de transmitir sus informaciones específicas a su público seleccionado, también recibe en el mismo momento una respuesta sustantiva de los receptores, o de la sociedad, o de los electores, para construir conjuntamente un proceso dinámico, plural, interactivo, polémico y diferenciado de elaboración de las significaciones o de la cultura política colectiva cotidiana. Dichas respuestas de los auditorios hacia los emisores pueden ser de indiferencia, de aceptación, de rechazo tajante o de elaboración de otros nuevos planteamientos diferentes a los emitidos.

Para fines de gobernabilidad de un país, la diferencia existente entre procesos de “democracia informativa” y procesos de “democracia comunicativa” es crucial precizarla de manera cuidadosa, especialmente en la fase de cambio histórico por el que atraviesa nuestra nación, pues el fenómeno de desorden conceptual que se ha derivado de la “modernidad cultural” ha introducido profundas confusiones entre ambos procesos proponiendo que son iguales ambas realidades y desconociendo que cada una de éstos escenarios generan resultados de cambio social muy diferentes entre sí. La modalidad informativa opera fundamentalmente como una acción de administración unidimensional de los datos para que la sociedad o de una situación de cosas previamente establecido por un grupo gobernante que controla y administra los recursos de la emisión de las informaciones masivas, continúe conservando sus intereses ya consolidados. En cambio, el modelo comunicativo funciona como un

proceso de constante reconstrucción plural de la conciencia social donde intervienen fluida y pluralmente de forma bilateral todos los sectores participantes del proceso para elaborar de manera conjunta la conciencia que requiere un grupo o comunidad para discutir abiertamente su realidad con el fin de existir con igualdad, equilibrio y justicia.

El no despejar esta grave confusión que ha introducido la mal entendida “modernidad cultural” y la estructura de poder conservador para las cuales informar y comunicar son sinónimos, sería tan peligroso que equivaldría a confundir que la esencia de la democracia se agota con el mero ejercicio del voto ciudadano en las urnas cada 6 años y no en la creación de un sistema de pensamiento y actitudes diarias que hay que ejercerlas como forma de existencia constante en todos los ámbitos restantes de la vida social cotidiana. Por consiguiente, para estas concepciones tradicionales de la intervención social una vez ejercido el sufragio ciudadano, se termina la sustancia de la democracia.

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

Así, el fenómeno político que se gestó en el país durante el año 2009 con la aplicación de la nueva reforma electoral fue el enfrentamiento histórico de dos grandes modelos dominantes de comunicación política que lucharon entre sí por posicionar socialmente un nuevo modelo líder de comunicación electoral que beneficiara prioritariamente a un sector hegemónico a costa del sacrificio del otro. Bajo esta forma, se dio la oposición entre el modelo de los monopolios mediáticos tradicionales y el modelo de los monopolios de los usuales partidos políticos convertidos en estructura partidocrática, donde ambos impidieron la intervención

activa de los grupos de la sociedad civil en la dinámica de producción de la democracia nacional.

De esta manera, con la reforma electoral pasamos de un monopolio mediático de la política en alianza con el partido dominante PRI en diversas coyunturas históricas anteriores; a un nuevo monopolio de la partidocracia que acaparó el proceso de la comunicación política y con ello concentró las dinámicas de representatividad masiva, sin darle opciones de mediación a la sociedad civil. A través de ello, se reforzó el suceso de la telepolítica discrecional como forma moderna de relación para que sólo la clase política gobernante se vinculara virtualmente con la población, y no se apoyó el de la verdadera política sustantiva en donde abiertamente participan de manera plural todos los sectores sociales para reflexionar y discutir los grandes conflictos de la agenda nacional.

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

Con dicha instrumentación únicamente los partidos pudieron manifestar sus intereses y sus concepciones en las fases de contiendas, y esto con desigualdades institucionales, pues, por un lado, no todos los institutos políticos tuvieron los mismos espacios y porcentajes de uso de los canales de información; y por otro, no permitió que la sociedad civil también interviniera, vía las tecnologías de difusión, en la discusión abierta de las principales inquietudes de las comunidades nacionales. Así, paradójicamente, por ninguna de las dos vías dominantes de difusión establecidas se operó un modelo colectivo de comunicación ciudadana, que durante y posteriormente a la ejecución de las dinámicas electorales, representara los intereses básicos de los grupos sociales, cuando son éstas entidades sociales las que mantienen cotidianamente a ambos prototipos de comunicación social con sus aportaciones económicas a través del pago de sus diversos impuestos y compra de productos que se difunden en los espacios publicitarios de las industrias culturales.

Así, la reforma de 2007 buscó más equidad pero con instrumentos equivocados, por lo que la eficacia de la norma fue muy limitada. Pero lo

más grave de todo es que lo hizo a costa de sacrificar la libertad de expresión y la participación de una sociedad frustrada que quiere expresarse a través de los partidos y más allá de ellos en los medios de difusión masivos. Se trató de la primera reforma electoral regresiva de los derechos ciudadanos (Ugalde, 2009: 19).

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

En este sentido, si en el pasado la *Ley Televisa* pretendió apropiarse jurídicamente a su favor de todo el espectro radioeléctrico de la nación para realizar más negocios privilegiados de comunicación conquistando nuevas cuotas de poder ideológico político; en el presente, la reforma electoral igualmente facilitó que los partidos políticos se apropiaran monopolícamente de la dinámica y de los instrumentos de la comunicación política en las fases de sucesión de poderes para construir la opinión pública que la blindara, sin dar alternativas para que la sociedad civil participara en la edificación de ésta, sino sólo para crear más partidocracia a su favor. En conclusión, no existió mayor divergencia sustantiva en el hecho de que la sociedad quedara subordinada a los monopolios privados de la difusión masiva o a los monopolios de los partidos políticos, pues en ambos casos cada uno buscó unilateralmente su máxima ganancia político económica particular, olvidándose de las demandas fundamentales que manifestaban las comunidades nacionales que debían resolverse para poder sobrevivir.

3. *La restricción a la pluralidad política.* 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 y obstruir la expresión de cualquier otro sector de la sociedad civil organizada, se atentó fuertemente contra la garantía de libertad de expresión y del 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 se reglamentó 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, si no se hacía, se permitía que el reinado salvaje de los poderes fácticos comunicativos manipularan la realidad simbólica a favor de sus intereses.

En este sentido, 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 sacrificó el principio y el derecho de libertad de expresión de toda la sociedad, en lugar de buscar otras alternativas regulatorias puntuales que sólo afectaran a los actores políticos arbitrarios a través 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 a 18).

Esta 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 partidos 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 opusieran a ellos o formularan 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 facilitaran 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 fortificó 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 partidocrático² sólo le permitió a la sociedad expresarse vía artículos periodísticos, pancartas, empleo de mantas, pintas en las bardas, manifestaciones callejeras, uso del ciberespacio, etcétera, para hacer valer su libertad de expresión, pero imposibilitó a los ciudadanos para que éstos pudieran comprar tiempo en radio y televisión con el fin de expresar sus intereses, demandas y críticas públicas ante 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 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 a través de dar participación a 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 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 masivos en México desde hace décadas. De lo contrario, sería totalmente ingenuo y peligroso pensar que se pueden 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 aspirantes presentándolos como “ciudadanos independientes”. Con ello, podríamos constatar que, por un lado, serían las figuras del *star system*, los postulantes

² 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 entidades que únicamente representan eficientemente a la población, y en consecuencia, no deben existir otras figuras de representatividad pública que no atraviesen por 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.

“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 vedetes más atractivas, los representantes de la farándula más provocativa, etcétera, de los consorcios oligopólicos de la información masiva, y por otra, algunos sujetos simpatizantes incondicionales con los intereses de la comunicación oligopólica; y no los pretendientes que representarían orgánicamente a la sociedad civil marginada.

Para 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, especialmente 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 para presionar a los partidos y a la sociedad en general. Así, el Estado ciudadano³ debe reconstruir los derechos de los habitantes a través 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 de la comunicación oligopólicas 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 constatamos 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 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 entregándoles un gigantesco poder de difusión electoral al conjunto de los actuales partidos políticos, ya que en los hechos éstos han demostrado que tampoco representan a la

³ El Estado ciudadano es aquella entidad rectora de poder legitimado a nivel nacional que gobierna para atender las necesidades de desarrollo global de la mayoría de los habitantes que gobierna, y no sólo se dedica a solucionar los grandes intereses que permiten la reproducción de los grupos en el poder.

sociedad, sino que sólo luchan por robustecer sus intereses particulares de fracciones en el poder.

4. *El uso del modelo de la “aguja hipodérmica” y la ausencia de comunicación partidista con la sociedad.* 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 33 000 000 millones de *spots* entre campañas y pre campañas electorales.

Sin embargo, pese a todos estos apoyos informativos, las organizaciones políticas demostraron una enorme pobreza, irresponsabilidad, superficialidad, incapacidad, desvirtuamiento 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 fundamentalmente apostaron por el uso de los efectos de la mercadotecnia político electoral para legitimarse institucionalmente y captar simpatizantes. De esta forma, acríticamente los partidos políticos utilizaron el modelo de información de la aguja hipodérmica⁴ que se caracterizó por difundir un océano de más de 33 000 000 de *spots* propagandísticos, suponiendo que por el hecho de la simple transmisión de los mismos estaban cumpliendo con su “vocación política electoral” y la población los asimilaría automáticamente sin resistencia, comportándose funcionalmente de forma positiva con base en ellos.

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

⁴ La teoría comunicativa de la aguja hipodérmica formula que los mensajes de los medios de difusión colectivos son asimilados mecánicamente por los 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.

misma cantidad de comportamientos sociales favorables o en sintonía con los contenidos mensajes difundidos.

5. *La vinculación política con la comunidad a través del modelo de la televisión comercial.* Durante diversas contiendas electorales, los partidos políticos mexicanos han criticado 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, 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; paradójicamente, en ese momento dejaron de ser críticos a dicho esquema privado mercantil y adoptaron sumisamente el modelo de difusión de la publicidad comercial privada de los grandes monopolios mediáticos y de la escuela del *marketing* político anglosajón para comunicarse con la sociedad mexicana y del cuál dijeron sistemáticamente que pretendían huir institucionalmente.

Así, en el proceso de instrumentación del modelo de información de la aguja hipodérmica, los partidos le dieron primacía al uso del submodelo de comunicación de la televisión comercial con sus respectivos recursos del espectáculo, la escenografía, la actuación dramática, lo *light*, y el *show*, en pocas palabras, se impulsó el modelo de la comunicación casino (Esteinou, 2009) para promover su imagen, remplazando la difusión de ideas y propuestas racionales para enfrentar los grandes desafíos nacionales urgentes que debían de resolverse (Promete desnudos..., 2010).

De esta forma, 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 y su extravío social, y construyeron la conciencia política de los ciudadanos retomando la práctica mercadológica comercial para la venta de productos como la estrategia central para generar su línea de vinculación masiva con los electores. En este sentido, el modelo de comunicación política de los partidos se estructuró a partir de las reglas de la publicidad mercantil que se basó en utilizar

un *slogan* y un producto que promocionar. O bien, difundir historias cortas relatadas por campeones olímpicos, actores de televisión, futbolistas, empresarios, luchadores, etc. Es decir, los partidos políticos utilizaron todos

aquellos elementos de identidad que ya existían en la memoria del 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 fueran como propagandistas o ya fueran 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).

De esta manera, los partidos no pretendieron convencer a los votantes con la discusión de planteamientos ideológicos de fondo, que era lo que demandaba la severa crisis global de la nación en todos sus ámbitos de desarrollo, sino que únicamente utilizaron los abrumadores recursos virtuales para ligar la imagen de sus instituciones políticas con el *glamour* de los iconos de figuras públicas reconocidas ampliamente. Así, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), contrató a Lilia Aragón, Karla Marqueda, (profesionales de Televisa Monterrey) y Omar Fierro y Mariana Ochoa (actores de televisión) (De los reflectores..., 2009). El Partido Acción Nacional (PAN) vinculó su representación con Carlos Hermosillo (ex futbolista), Fernando Plata (campeón clavadista internacional), el Místico (luchador de la Arena México) y con Iridia Salazar (campeona olímpica en taekwondo) (recurre el PAN..., 2009) para promocionar su imagen. El Partido Verde Ecologista de México (PVEM) alquiló a Raúl Araiza (actor de la telenovela *Gancho al Corazón* de Televisa) y Maite Perroni (actriz del Canal de las Estrellas) (Usar artistas..., 2009). El Partido Social Demócrata (PS) se relacionó con La Chiva (actriz de Televisa), Tere Vale (conductora de televisión y radio) y Juan Antonio Méndez Parra (ex dueño de Rocktitlán y bajista del grupo Kerigma) (Apuntalan spots..., 2009). El Partido de la Revolución Democrática (PRD) se presentó con Ana Guevara (vencedora olímpica en maratón) y con la “Niña Mariana” (protagonista infantil de

nueva creación) (Toussaint, 2009). El Partido del Trabajo (PT) fue caracterizado por Claudia Pichardo, mejor conocida como La Bombón Gruperá (cantante) (De los reflectores..., 2009), etcétera.

En cuanto a la estrategia de los 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 lucha 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 (Reciclan propuestas ..., 2009). La alianza Convergencia y el Partido del Trabajo cimentaron narcisistamente su campaña de propuestas en la figura mesiánica de López Obrador que expuso tesis vagas y mínimas sobre el rescate de la nación (Toussaint, 2009: 70), etcétera.

Así, desde el punto de vista de la construcción de la gobernabilidad, podemos decir 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 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.

Con ello, los partidos demostraron que la política fue concebida como una 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 sobrevivencia.

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 profunda crisis de legitimidad y representatividad que experimentaron éstos ante los ciudadanos, y no mediante un serio y responsable trabajo de acercamiento con la ciudadanía para atender sus necesidades fundamentales de sobrevivencia (Revueltas, 2009:219 a

233). En plena fase de modernidad y en el total vértice de la mayor crisis de desarrollo que se ha experimentado en los últimos setenta años en México, se constató, una vez más, la severa distancia y ruptura existente entre política y realidad elemental de los habitantes de la nación, lo cual nuevamente, a largo plazo, intensificará la crisis de la política en México.

III. ¿QUÉ HACER?

Ante esta atmósfera de inestabilidad del sistema electoral y de la estructura de gobernabilidad nacional, es necesario que el Estado mexicano perfeccione los mecanismos de comunicación política para contar con procesos electorales más democráticos que permitan que la sociedad quede mejor representada por los partidos políticos y los ciudadanos mejor informados con el fin de elegir las mejores opciones que los representen. Para ello, se requiere realizar una nueva reforma electoral que remedie jurídicamente con nuevas propuestas normativas complementarias más precisas los vacíos legales que dejaron las leyes electorales en el ámbito de la comunicación política, para evitar que surja la ilegalidad electoral, y con ello, la anarquía social.

En este sentido, antes de recurrir, una vez más, al recurso de la telepolítica espectacular fragmentada, y al *spot* como su herramienta fundamental de convencimiento y movilización social en las fases electorales, es necesario rescatar la verdadera esencia de la política que es la participación de las comunidades en los asuntos de la polis; es decir, se requiere recurrir al análisis, la polémica, la confrontación y la transformación de la realidad social.

Por ello, frente al clima de saturación o intoxicación de la atención de la población en los períodos electorales por el exceso de información política difundida por los medios de información colectivos, ahora más que nunca es necesario que la propaganda política de los partidos y del gobierno se elabore con el mayor nivel de profesionalismo y competitividad comunicativa para evitar que los auditorios rechacen los enormes torrentes abrumadores de mensajes políticos que recibieron 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 éstos será prácticamente inútil, pues no se acercarán a la población con sus mensajes y terminarán cavando su propia tumba en las etapas de lucha por el cambio de poderes, pues la población aborrecerá crecientemente a la telepolítica vacía, gris, burocrática, lejana, aburrida, inoportuna,

demagoga, y saturante que es la practica ideológica con la que ha funcionado la clase política en el pasado para intentar conectarse con los diversos grupos sociales e intentar conseguir su voto.

Con la realización de estas acciones y otras más que colaboren a perfeccionar los procesos electorales, la sociedad civil y la academia contribuirán a aportar elementos que permitan tener elecciones más limpias que ofrezcan armonía y paz social que les permitan evitar que la crisis sistémica de la sociedad mexicana se geste con mayor fuerza en las próximas décadas del siglo XXI.

FUENTES REFERENCIALES

- Casar, María Amparo (2009). Anatomía de una reforma electoral, en: *Revista Nexos*, No. 380, “Ciudades tomadas”, México, D.F, Agosto.
- Esteinou Madrid, Javier (2009). El origen ético moral de la crisis del modelo de la economía basura, en *Revista Mediaciones Sociales*, núm. 5, Revista de Ciencias Sociales y Comunicación, Grupo de Investigación Identidades Sociales y Comunicación, Departamento de Sociología IV, Sección de Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, Segundo Semestre del 2009, ISSN Electrónico 1989-0494, <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacionesS2/Indice/indice.html>
- García Rubio, Claudia I. (2009). Reforma electoral y televisión. Los formatos de los mensajes políticos después de la reforma electoral, en: Revista *El Cotidiano*, núm. 155. Año 24, Revista de la Realidad Mexicana Actual, Medios masivos de comunicación y reforma electoral, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco, México, D.F, mayo - junio, ISSN 0186-1840.
- Luján Ponce, Noemí, (2009). El papel de lo electoral en el proceso de cambio político en México 1988-2006, en: *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, Gerardo Ávalos Tenorio (coordinador), Colección Teoría y Análisis, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., marzo.
- Porras, Agustín (2009). Elecciones y transición: Elementos cuantitativos, en: *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, Gerardo Ávalos Tenorio, (Coordinador), Colección Teoría y Análisis, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., marzo.

- Revueltas, Andrea (2009). Antecedentes históricos de la crisis política actual, en: *El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación*, Gerardo Ávalos Tenorio, (Coordinador), Colección Teoría y Análisis, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, marzo.
- Toussaint, Florance (2009). La política como espectáculo, *Revista Proceso*, núm. 1703, Semanario de Información y Análisis, México, D. F., 21 de junio.
- Ugalde, Luis Carlos (2009). La reforma regresiva, en: *Revista Nexos*, núm. 380, Ciudades tomadas, México, D.F, agosto.

HEMEROGRAFÍA

- Abanderan con convicción causas ecologistas, (2009), Periódico *Reforma*, 1 de julio, www.busquedas.gruporeforma.com
- Advierte Moreira su rebelión electoral, (2007), Periódico *Reforma*, México, D.F, 17 de septiembre.
- Aprueba la Cámara de Diputados reforma electoral: 408 votos a favor, 2007, Periódico *Crónica*, México, D.F, 15 de septiembre.
- Apuntalan spots guerra electoral, (2009), Periódico *Excélsior*, México, D.F, 2 mayo.
- Avalan diputados la reforma electoral, (2007), Periódico *La Jornada*, México, D.F, 15 de septiembre.
- Concretan estados reforma electoral, (2007), Periódico *Reforma*, México, D.F, 28 de septiembre.
- Critican que Televisa alquile sus actores a partidos, (2009), Periódico *Reforma*, México, D.F, 28 de junio, www.busquedas.gruporeforma.com
- De los reflectores a la política, (2009), Periódico *Reforma*, México, D.F, 1 de julio, www.busquedas.gruporeforma.com
- Diputados prevén una aprobación *Fast track*, (2007), Periódico *El Universal*, México, D.F, 13 de septiembre del 2007.
- Elizondo Meyer, Carlos (2007). Estados en rebelión, Periódico *Reforma*, México, D.F, 21 de septiembre.
- Embiste místico contra indecisos, (2009), Periódico *Reforma*, México, D.F, 22 de mayo.
- Lamenta Maite abstencionismo, (2009), Periódico *Reforma*, 10 de julio, www.busquedas.gruporeforma.com
- Llevar a estados disputa por *spots*, (2007), Periódico *Reforma*, 15 de septiembre.

Promete desnudo por votos, (2010), Periódico *Reforma*, México, D.F, 4 de febrero.

Reciclan propuestas en el Partido Verde, (2009), Periódico *Reforma*, México, D.F, 8 de junio.

Recorre el PAN a deportistas (2009), Periódico *Reforma*, México, D.F, 2 de mayo.