

VERÓNICA
GONZÁLEZ
CÁRDENAS*



Repensar la comunicación política

EL pasado mes de octubre asistí al Observatorio Judicial Electoral sobre el Modelo de Comunicación Política. Perspectivas y retos del procedimiento sancionar electoral y la libertad de expresión en materia política, organizado por la Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Nacional Electoral, que se realizó los días 19 y 20 en la Ciudad de México.

En los 2 días de intensa actividad, se desarrollaron 5 mesas de trabajo en las que participaron consejeros del INE, académicos, investigadores, magistrados del Tribunal Electoral y comunicadores. Uno de los temas centrales fue el análisis del Modelo de Comunicación Política implementado en nuestro país a partir de la reforma electoral 2007-2008, que fijó las bases de la relación entre los medios de comunicación y los partidos y los actores políticos.

Ello implicó “ajustes constitucionales que prohibieron, en su base fundamental, la contratación de propaganda partidista bajo cualquier modalidad de tiempo aire en radio y televisión, y en cambio, asignaron 48 minutos diarios para mensajes electorales, distribuidos en mensajes cortos que desde entonces se reparten proporcionalmente entre las fuerzas en competencia, con cargo a tiempos oficiales a los que tiene derecho el Estado en cada emisora, sin pagar por ello”, explica el consejero Marco Antonio Baños, en su artículo titulado “Modelo de Comunicación Política y Spots”, publicado el pasado 25 de octubre, en el periódico *El Economista*.

Si bien la base de la reforma de 2007 cambió poco en la reforma político-electoral de 2014, “lamentablemente en lo

relativo al formato, no sólo se consolidó el *spot* de 30 segundos, sino que los segmentos más amplios a los que tenían derecho los partidos en periodo no electoral (promocionales de 5 minutos) desaparecieron para convertirse también en *spots* cortos”, agrega el consejero.

Ahora bien, el Modelo de Comunicación Política ha recibido muchas críticas, las cuales toman diferentes matices, dependiendo de la persona o el sector que las emite. Rescato algunas de ellas: del lado de los medios de comunicación, se señala que hay un hartazgo de los televidentes y radioescuchas por el *spoteo*, ya que los *spots* de 30 segundos no están focalizados en las audiencias y hacen rígidas las contiendas electorales. Respecto de los contenidos de los noticieros y programas de radio y televisión, no se sabe cuándo se está frente a una nota informativa o propagandística, “porque se establecen arreglos entre intereses de los dueños de los medios y los políticos”, apuntó el periodista Javier Solórzano.

Francisco Guerrero Aguirre, secretario de Asuntos Políticos de la Organización de Estados Americanos, destacó la importancia de la libertad de expresión y la formación de la opinión pública. Refirió algunos puntos de la misión de observadores de la OEA, entre ellos, que los *spots* han generado una saturación de las audiencias y que algo no está funcionando bien en la transmisión de los mensajes de los políticos a los ciudadanos.

Considero que el Modelo de Comunicación Política debe repensarse y adecuarse a los nuevos tiempos que vive nuestro país, para cumplir con los fines que le dieron origen, y que son que no hubiese dinero privado en radio y televisión para la contratación de propaganda electoral y que hubiese equidad en la distribución de los tiempos de radio y televisión para los partidos políticos. Así, coincido con el consejero Baños, en que “es tiempo de valorar con seriedad si es posible transitar a segmentos más amplios y focalizados en horarios de votantes, en lugar de un formato únicamente de 30 segundos que igual se deben transmitir en horarios de mayor audiencia ciudadana, en los que se difunden contenidos infantiles sin público votante”.

**Consejera del IEE y periodista*

verogonzalez73@gmail.com

Considero que el Modelo de Comunicación Política debe repensarse y adecuarse a los nuevos tiempos que vive nuestro país, para cumplir con los fines que le dieron origen.
