

RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina
Especializada en tópicos de Comunicación.

Políticas de Comunicación

Número 8, Año 2, Agosto - Octubre 1997

| Número del mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

Las Limitaciones Jurídicas de la Política Nacional del Acceso de los Partidos a los Medios de Información

por: Ernesto Villanueva (✉)

La reciente reforma electoral que devino en cambios significativos a la Constitución Política y al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales ha sido calificada por un sector importante de los analistas - y no sólo los afines al régimen priísta- como una reforma de fondo. Sin desconocer los avances legislativos logrados en esta reforma electoral, lo cierto es, sin embargo, que falta mucho camino por recorrer en varios aspectos para poder hablar de una legislación democrática, particularmente en lo que concierne al acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación en un clima equitativo y que propicie la práctica de la democracia informativa. Existen, por supuesto, elementos objetivos que dan pleno sustento a la afirmación anterior. Me limitaré tan sólo a identificar las cinco inconsistencias principales de la legislación vigente en el tema que nos ocupa.

1.- La primera inconsistencia del Cofipe es la ausencia de normas jurídicas que prohíban y, por ende, sancionen la oferta de bienes de servicios y de consumo en la propaganda electoral, circunstancia que pervierte la naturaleza democrática del juego electivo, denigra a los electores potenciales y sustituye la oferta programática de ideas y proyectos por un mero acto mercantil al lucrar con las necesidades económicas de los grandes grupos de población y aprovechar sus bajos niveles de cultura político-democrática. En nuestro país, el artículo 403 del Código Penal Federal únicamente tipifica como delito la solicitud del voto por pago, dádiva, promesa de dinero u otra recompensa, dejando sin sanción jurídica las demás posibilidades de cooptación a través de bienes y servicios sin que implique expresamente una petición del voto. Cabe apuntar que en países que recientemente han hecho profesión de fe democrática se han introducido ya medidas legislativas para atacar el problema en cuestión. Así, por ejemplo, es sugerente lo dispuesto sobre el particular en la Ley Electoral de la República de Rusia, la cual establece en el artículo 38 que: "Es ilegal realizar campañas cuando vayan acompañadas del aprovisionamiento de bienes, ya sea en forma gratuita o bajo condiciones especiales, servicios (salvo lo relativo a información de dichos servicios), bonos y pagos en efectivo". De la misma forma, en el artículo 39 sostiene que: "Los candidatos, unidades de campaña, grupos de promoción del voto y sus representantes autorizados no deben dar dinero, regalos u otros objetos de valor más allá de los propios del trabajo organizacional de la elección a los votantes (material ilustrado y botones hechos especialmente para la campaña)....No deben tampoco influir en los votantes prometiendo darles dinero, facilidades o bienes durante la campaña". Lo anterior se sanciona con la suspensión del registro del candidato en cuestión. En el mismo sentido, en Bolivia, el artículo 99 de la Ley Electoral prescribe que "...Tampoco está permitido la propaganda que implique ofrecimiento de dinero o prebenda de alguna naturaleza."

2.- La segunda inconsistencia se localiza en la falta de garantías jurídicas para el acceso de los partidos políticos de oposición a los medios de comunicación del Poder Ejecutivo Federal (que en los Estados democráticos de derecho son, en realidad, medios públicos o del Estado por su naturaleza jurídica). Esta peculiaridad mexicana constituye una grave falta de equidad en la contienda electoral en tanto la legislación vigente permite la posibilidad de que el Partido del Gobierno tenga un acceso privilegiado de promoción

político-electoral mediante el uso discrecional de la radio, la prensa y la agencia de noticias del Poder Ejecutivo Federal en perjuicio de la pluralidad democrática. Este precedente autoritario de México carece de correspondencia no sólo en los Estados democráticos de derecho avanzados, sino incluso en aquellos países en procesos de transición a la democracia. En efecto, veamos algunos ejemplos de ello. En Bolivia, el artículo 98 de la Ley Electoral dispone que: " Los medios estatales de comunicación social otorgarán a partir de la convocatoria a elecciones en forma gratuita y permanente tiempo igual, dentro de los mismos horarios a los partidos y/o candidatos postulados por ellos o por alianzas políticas, a cuyo efecto el orden de presentación de los espacios será sorteado. En caso de que algún órgano de comunicación estatal se negare a difundir un espacio publicitario de carácter político o electoral, la Corte Departamental Electoral respectiva conocerá del hecho y conminará al medio el inmediato cumplimiento de lo dispuesto en este artículo." En Panamá, el artículo 162 de la Ley Electoral dispone que: "De acuerdo a lo establecido en el artículo 134 de la Constitución Política, el Tribunal Electoral reglamentará la utilización de los medios de comunicación social que el gobierno administre, para que los partidos políticos, en igualdad de condiciones, puedan utilizarlos. Estos medios podrán utilizarse para difundir propaganda, programas de opinión pública, debates y cualquier evento político." De igual forma, en Venezuela el artículo 154 de la Ley Electoral establece en el segundo párrafo que: "Los medios oficiales de comunicación otorgarán en forma gratuita tiempo igual y en las mismas horas a los candidatos presidenciales postulados por los partidos representados con voz y voto en el Consejo Supremo Electoral a cuyo efecto los espacios se sortearán entre estos cada mes. En caso de que algún órgano de comunicación se negare a difundir alguna pieza publicitaria de carácter electoral, el Consejo Supremo Electoral conocerá del hecho, y su decisión será de obligatorio acatamiento por las partes". También en Mongolia, el artículo 21 inciso 3 de la Ley Electoral señala que: "La Radio y la Televisión del Estado de Mongolia dará trato igual a cada partido, coalición o candidato independiente en términos idénticos de servicio gratuito, duración y oportunidades". Finalmente en Rusia la equidad del acceso de los partidos a los medios no se limita tan sólo a los medios públicos, sino a todos ellos, según lo prescribe el artículo 40 de la Ley Electoral, que a la letra dice: "Los candidatos para el puesto de Presidente de la República de Rusia disfrutarán de tiempo de antena sobre bases iguales (libres de cargo, idéntica cantidad de tiempo y el mismo horario de transmisión) y ello será financiado del presupuesto federal correspondiente".

3.- La tercera inconsistencia reside en que no existen normas jurídicas que establezcan topes máximos de difusión electoral a través de los medios de comunicación, habiendo tan sólo topes de gastos de campaña. De nueva cuenta se puede advertir que si bien es cierto que el Cofipe garantiza accesos mínimos de los partidos políticos a los medios de información, no señala tiempos máximos de uso de antena o de prensa escrita, circunstancia que permite la posibilidad de que el partido del Gobierno pueda utilizar cuantitativamente más los medios de información para su difusión electoral en relación a los partidos de oposición en virtud de tres consideraciones principales:

- a)** El acceso ilimitado a los medios del Ejecutivo Federal, conforme a la legislación vigente en la materia;
- b)** La posibilidad razonable de acceso a los medios electrónicos concesionados visto el conspicuo sistema jurídico de otorgamiento de concesiones de radio y televisión que otorga facultades discrecionales al Poder Ejecutivo Federal para que por sí y ante sí otorgue las referidas concesiones. En este sentido, si bien es cierto que el artículo 49 numeral 2, inciso g) del Cofipe prohíbe la aportación de efectivo o en especie a los partidos, también lo es que extrañamente al incumplimiento de ese mandato legal no recae una sanción jurídica, por lo que esa prohibición tiene apenas un cometido retórico; y
- c)** La posibilidad también razonable del uso de recursos asignados a las dependencias de la Administración Pública Federal en favor del PRI y sus candidatos a través de la publicidad encubierta o redaccional en medios escritos, conocida como "gacetillas" y del pago de nóminas secretas a columnistas y articulistas, medida que, siendo a todas luces injusta e ilegítima, no es estrictamente ilegal en virtud de los amplísimos márgenes de discrecionalidad que la Ley y los reglamentos aplicables otorgan a las unidades de comunicación social de los diversos órganos de la Administración Pública Federal.

Esta eventualidad se ha resuelto en diversos países a través de la introducción de topes máximos de difusión electoral. Así, por ejemplo, en Bolivia el artículo 102 de la Ley Electoral dispone que: " La propaganda electoral estará limitada, por cada partido o alianza política, a no mas de cuatro paginas semanales, por periódico de circulación nacional y Departamental; a diez minutos diarios de emisión radial, en cada emisora nacional departamental y local." En Ecuador, el artículo 106 de la Ley Electoral prescribe que:"La propaganda electoral estará limitada , para cada partido político y alianza electoral, a no más de media página por edición o su equivalente en número de tirada- columna, computada en todos los diarios de circulación nacional; a diez minutos diarios de televisión computada en todos los canales de televisión de emision

nacional o regional: a veinte minutos diarios para cada emisora de ámbito nacional y a diez minutos diarios para cada emisora de influencia local. Dentro de estos límites cada partido político podrá distribuir su tiempo y espacio de publicidad electoral de acuerdo con su mejor criterio." En Venezuela, el artículo 154 de la Ley Electoral dispone que: "A partir de la fecha de apertura de la campaña, los candidatos a la Presidencia de la República y los partidos políticos nacionales tendrán acceso, en términos de equidad que establecerá el Consejo Supremo Electoral, a los medios de comunicación social para realizar su propaganda electoral. A este efecto, las coaliciones de carácter electoral tendrán la oportunidad y espacios correspondientes a un partido. En cumplimiento del o anteriormente dispuesto, el Consejo Supremo Electoral podrá fijar un límite máximo de tiempo en la utilización de los medios de comunicación por los candidatos a la Presidencia de la República, los partidos o las coaliciones de carácter electoral."

4.- La cuarta inconsistencia es la autorización legal para que el Partido del Gobierno utilice en su emblema los colores de la bandera nacional, circunstancia que no tiene precedentes en el mundo occidental, y que ha sido aprovechada para permear ilegítimamente en el ánimo de los estratos más bajos de la pirámide social, los cuales tradicionalmente han identificado al PRI como sinónimo electoral del Estado-nación mexicano. Sobra decir que las legislaciones electorales de todos los países de nuestro entorno más cercano han introducido sendas prohibiciones para utilizar los símbolos patrios en los emblemas partidistas. En Bolivia, el artículo 86 de la Ley Electoral señala que: "El Escudo, la Bandera Nacional o los símbolos departamentales, no podrán ser usados como símbolos o emblemas de los partidos políticos." En Costa Rica, el artículo 59 de la Ley Electoral dispone que: "No se admitirá la inscripción de un partido con nombre o divisa iguales o similares al de otro partido inscrito en el Registro o con derecho de prelación para ser inscrito, cuando la segunda inscripción pudiera producir confusión. Tampoco se admitirán como divisa la bandera ni el escudo nacionales, ni de otro país." En El Salvador, el artículo 157 de la Ley Electoral establece que: "No se admitirá ninguna solicitud cuando se proponga: 2) Adoptar como emblema el Pabellón o Escudo Nacional, o de otros países". y en Panamá, el artículo 41 de la Ley Electoral ordena que: "No se autorizará la formación de un partido que escogiere el nombre o símbolo distintivo, igual o parecido al de otros partidos inscritos o en formación o que se pudiere confundir con el de los mismos; ni con el nombre de personas vivas. Tampoco se admitirá el uso de los símbolos nacionales o religiosos."

5.- Finalmente, la quinta inconsistencia es la que se deriva del derecho de aclaración previsto en el artículo 186, numeral 3 del Cofipe, pues si bien el mencionado ordenamiento establece que los partidos, coaliciones y candidatos "podrán ejercer el derecho de aclaración respecto de la información que presenten los medios de comunicación, cuando consideren que la misma ha deformado hechos o situaciones referentes a sus actividades o atributos personales", lo cierto es, sin embargo, que se trata en realidad de un enunciado normativo, pero no de una obligación jurídica para los medios habida cuenta de que el legislador olvidó incorporar la sanción a quien realice la conducta contraria a la establecida como debida en el citado artículo 186, numeral 3. Está por demás señalar que un derecho sólo existe en la medida en que hay un deber correlativo, el cual en este caso fue omitido, razón por la cual un medio de comunicación que decida no otorgar el mencionado derecho de aclaración a un candidato, partido o coalición no está, en estricto sentido, violando la ley, pues no hay ninguna sanción jurídicamente aplicable.

6.- A la luz de los razonamientos anteriores, cabría desprender las siguientes conclusiones preliminares:

- a)** El Cofipe de México no es de ninguna forma una legislación a imagen y semejanza de un Estado democrático de derecho, por las limitaciones y lagunas jurídicas que contiene a lo largo de su articulado;
- b)** El acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación previsto en el Cofipe constituye apenas un cambio perceptible de un Estado autoritario a una semi-democracia dirigida, que plasma en la ley la ausencia de equidad, de equilibrio y de transparencia en el uso de los medios de información como vehículos de propaganda electoral; y
- c)** De no llevarse a cabo una reforma legal y constitucional de fondo en materia electoral, con la participación activa de un Congreso plural donde no haya más una sola vez predominante la noción de transición democrática seguirá siendo -como hasta hoy día- una mera frase retórica que esconde la realidad de una isla autoritaria, en un mar abierto a la democracia representativa.

Notas al pie:

(*) Licenciado, maestro y candidato a doctor en derecho de la información por la Universidad Complutense de Madrid. Su último libro publicado es Régimen Constitucional de las Libertades de Expresión e

Información en los Países del Mundo. Fragua. Madrid. 1997.

[Regreso](#)



[Regreso al índice de esta edición](#)

