

**XXV Congreso Nacional y V Internacional de Estudios Electorales**  
**Integridad y Equidad Electoral en América Latina**

**Ponencia:** De la propaganda a la publicidad electoral, los medios masivos y la equidad electoral en México.

**Autor:** Licenciado en derecho Nicolás Nieto Nava.

**Institución:** División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México.

**Tema VII:** encuestas, comunicación política y mercadotecnia electoral.

**Resumen:**

Esta ponencia analiza el modelo de comunicación político-electoral en las dos recientes elecciones federales mexicanas (2006 y 2012), a la luz de un breve antecedente del sistema democrático y ante la expectativa de un proceso democratizador que inició en la década de los 90s, y tuvo como cúspide momentánea la alternancia en la Presidencia de la República (2000-2012).

El trabajo será realizado con base en estudios constitucionales, legislativos y doctrinales, incluso con el apoyo de solicitudes de información para obtener datos en materia de presupuesto de egresos.

Se pretende demostrar que, en contravención a lo que en teoría debe constituir, la propaganda político-electoral se ha convertido en una especie de publicidad y/o mercadotecnia, lo que genera un empobrecimiento del mensaje y del debate en materia político-electoral, y que a su vez demerita la calidad democrática en México.

Se atiende el innegable papel de los medios masivos tanto en la consolidación del derecho a la información de los partidos políticos y de los ciudadanos, como en la transformación a este modelo publicitario en el que más que medios, se han convertido en agentes o factor y se reflexiona si ésta participación ha dañado la equidad de la misma contienda electoral.

Se cuestiona, además del demérito sustancial del mensaje y debate de ideas, en los excesos presupuestales a que obliga este modelo de comunicación, en el que la propaganda política y gubernamental se convierten en propaganda electoral y ésta a su vez, en la mera publicidad electoral, dinámica que en algunos aspectos genera la violación flagrante el artículo 135 de la Constitución federal que regula la propaganda gubernamental.